



کلچر اور کاروبار

جاپان میں

شوجی ہایاشی

ترجمہ:

حسن عابدی

مشعل

آر-بی 5، سیکنڈ فلور، عوامی کمپلیکس

عثمان بلاک، نیوگارڈن ٹاؤن، لاہور 54600، پاکستان

پیش لفظ

جاپانی کلچر اور جاپانیوں کے کاروباری نظم و نسق کے انداز ایک دوسرے میں اس طرح پیوست ہیں کہ انہیں جدا نہیں کیا جاسکتا۔ شاید دنیا بھر میں اور کہیں ایسا نہیں ہے۔ جاپانی اپنی روایت اور ثقافت کو انتہائی قابل احترام سمجھتے ہیں۔ سمورائی اخلاق اور ابتدائی دستور ان کی زندگی کے تمام پہلوؤں میں رچے بے ہیں۔ جاپان میں مذہب، کلچر کا ایک حصہ ہے۔ یہ کتاب ہمیں بتاتی ہے کہ جاپانی لوگ ”ماضی کو جدت بخشے ہیں اور اسے مستقبل کے لئے محفوظ کر لیتے ہیں“۔ وہ پرانے خیالات سے دامن چھڑائے بغیر نئے خیالات قبول کرتے ہیں۔ یہاں شہنشاہیت اور مغربی جمہوریت قدم بہ قدم چلتی ہیں۔ ذی روح دیوتا اور کمپیوٹر بیک وقت مقبول ہیں، اور ماضی، حال اور مستقبل میں ایک ہم آہنگی موجود ہے۔ اس کی مثالیں ہمیں جگہ جگہ ملتی ہیں اور بیشتر اس کتاب میں موجود ہیں۔ پہلی مثال تو پیچ دار وقت (Spiral Time) کا احساس ہے، جس کے مطابق ہمارے آباؤ اجداد زندہ لوگوں کے نگہبان ہیں اور ہماری اولاد کی صورت میں دوبارہ اس دنیا میں واپس آتے ہیں۔ ماضی اور مستقبل دونوں حال پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ یہ تینوں باہم گتھے ہوئے ہیں اور ایک ترکیبی اکائی تشکیل دیتے ہیں۔ یہی ”امتزاج“ جاپانیوں کے طرز حیات کی تشکیل کرتا ہے۔

جاپانیوں کا خیال ہے کہ وہ آنے والے کل کا تعین آج خود کرتے ہیں اور خود کو ایک مطلق خدا کے رحم و کرم پر نہیں چھوڑتے، جو ان کے لئے آنے والے کل کا تعین کرے۔ شخصی ذمہ داری کا یہی احساس کام کے بارے میں ان کے رویے میں بھی سرایت کئے ہوئے ہے۔ بہت سے ممالک میں یہ رویہ مسترد کیا جاتا ہے لیکن یہ جاپانی کلچر کی بنیاد میں موجود ہے۔

جاپانیوں کو نفال ہونے کا طعنہ دیا جاتا ہے، جب کہ امریکیوں کو تخلیقی ہنرمند کی حیثیت سے پیش کیا جاتا ہے۔ لیکن جاپانی مختلف انداز پر تخلیقی ہنرمند ہیں۔ اس کتاب میں ایک امریکی ایجاد، ٹرانزسٹر (Transistor) کی مثال دی گئی ہے، جسے امریکی، خلائی ٹیکنالوجی اور حساس الیکٹرانک نظاموں میں استعمال کرتے تھے..... جاپانیوں نے ٹرانزسٹر کو ریڈیو اور پھر ٹیلی وژن میں استعمال کیا اور اس کے بعد جو ہوا وہ تاریخ کا حصہ ہے۔ مجھے فوٹو کاپیئر کے بارے میں ایک قصہ یاد آ گیا ہے۔ جاپانی..... میرا خیال ہے۔ یہ مینولٹا (Minolta) کمپنی تھی..... وسیع امریکی منڈی پر قبضہ کرنا چاہتے تھے۔ زی روکس (Xerox) نے نہ صرف فوٹو کاپیئر ایجاد کیا تھا بلکہ بیشتر امریکی مارکیٹ پر وہی قابض تھے۔ چالیس ہزار افراد صرف سروس کرنے والے کارکن زیر و کس میں موجود تھے۔ اس وجہ سے وہ اپنے آپ کو محفوظ خیال کرتے تھے۔ بھلا ان کے مقابلے میں کون آ سکتا تھا؟ امریکی منڈی میں داخلے کے لئے اتنی بڑی لاگت بہت بڑی رکاوٹ تھی۔ لیکن جاپانیوں کا نقطہ نظر مختلف تھا۔ انہوں نے حیرت سے سوچا کہ اگر ایک شے کے لئے اتنا بڑا سروس کا ادارہ درکار ہے تو یہ شے یقیناً غیر معیاری ہوگی۔ جاپانی فوٹو کاپیئروں کو بہت کم سروس کی ضرورت پڑتی تھی۔ چنانچہ اس نقطہ نظر سے وہ منڈی میں آئے اور انہوں نے اسے فتح کر لیا۔ ہمیں ایسی اور بھی بہت سی کہانیاں ملتی ہیں۔

یہ کتاب ہمیں بتاتی ہے کہ کلچر انسانی جینز (Genes) میں موجود نہیں ہوتا، بلکہ یہ ایک معاشرتی ورثہ ہے۔ جاپان میں کاروباری نظم و نسق کا مطلب مقررہ قاعدوں پر سختی سے عمل کرنے کے بجائے ایک کام کی تکمیل اور مقاصد کے حصول پر زور دینا ہے۔ یہاں روایت اور جدت ساتھ ساتھ چلتی ہیں۔ ”مینانا“ (Manana) اور ”بکرا“ (Bukra) (دونوں کا مطلب آنے والا کل ہے) ثقافتوں کو جاپان میں ناپسندیدگی کی نظر سے دیکھا جاتا ہے اور گاہک کو اس کے روپے پیسے کے بدلے معیاری شے (Value for money) مہیا کرنا کاروبار کا بنیادی اصول ہے۔

جاپانی کاروباری تنظیمیں بالعموم انتہائی لگن کے ساتھ کام کرتے ہیں۔ یہاں بڑے شہروں میں کرایے کی بلند فاصلوں کو اہم بنا دیتی ہے۔ گھر سے دفتر اور دفتر سے گھر، ہر دو جانب ڈیڑھ ڈیڑھ گھنٹے کا سفر ہر فرد کے لئے ایک عام بات ہے۔ ایسا محسوس ہوتا ہے کہ

جیسے ایک فارمولا گھر کے بڑے یا چھوٹے ہونے اور گھر سے دفتر تک کے فاصلے (یا سفر میں لگنے والے وقت) کے مابین مطابقت پیدا کرتا ہے۔ اگر ایک دفتری کارکن 1500 مربع فٹ کے گھر کی خواہش رکھتا ہے تو اسے ڈیڑھ گھنٹے کا سفر کرنا پڑتا ہے، اور اگر اس کا گھر 800 مربع فٹ کے گھر میں رہنے کو تیار ہے تو اسے ایک گھنٹے سے کم سفر کرنا پڑتا ہے۔

تین گھنٹے کی روزانہ مسافت کے علاوہ ایک کاروباری فرد ہر روز کچھ وقت اپنے ہمکاروں کے ساتھ بار میں گزارتا ہے۔ اس سرگرمی کو نیا واشی (Nimawashi) یعنی جڑیں مضبوط کرنا کہتے ہیں۔ یہاں باہمی تعلقات اور شعبہ جاتی مسائل، اور پیداوار اور مارکیٹنگ، وغیرہ، پر کھلے ماحول میں گفتگو ہوتی ہے چونکہ جاپانی لوگ اپنی سرگرمیوں میں ہم آہنگی کو مرکزی حیثیت دیتے ہیں، لہذا، یہاں جس بات پر اتفاق ہو جاتا ہے، اسے میٹنگ میں باضابطہ شکل دے دی جاتی ہے۔

ایسے ادارے جو بین الاقوامی یا گھریلو منڈی سے متعلق ہوتے ہیں وہاں کاروباری مذاکرات کے لئے آنے والے مہمانوں کی از حد خاطر تواضع کی جاتی ہے۔ یوں میزبانوں اور مہمانوں میں ہم آہنگی بڑھتی ہے اور چونکہ یہ خاطر تواضع بہت مہنگی اور میزبانوں کی اپنی انفرادی استطاعت سے باہر ہوتی ہے اس لئے اس طرح قریبی تعلقات قائم کرنے کا موقع بھی ملتا ہے۔ یہ تعلقات کاروبار میں در آنے والی امکانی یا حقیقی مشکلات پر قابو پانے میں کارآمد ثابت ہوتے ہیں۔ ایک کاروباری منتظم آدھی رات یا بعض اوقات اس سے بھی تاخیر سے گھر واپس پہنچتا ہے اور حقیقت یہ ہے کہ اگلی صبح وہ پھر سواسات یا ساڑھے سات بجے دفتر جانے کے لئے ٹرین پر سوار ہو جاتا ہے (کافی لوگ سفر کے دوران دو یا تین مرتبہ ریل گاڑی تبدیل بھی کرتے ہیں) اور یہ معمول یونہی جاری رہتا ہے۔

اگرچہ مارکیٹنگ کا آغاز باقاعدہ طور پر امریکہ میں ہوا، لیکن جاپانیوں نے اسے دل و جان سے قبول کیا اور سچ تو یہ ہے کہ انہوں نے کسی بھی دوسری قوم سے بڑھ کر اسے اپنی زندگی کا حصہ بنا لیا۔ اس کی خاص وجہ یہ ہے کہ مارکیٹنگ جاپانی کلچر کے عین مطابق ہے۔ یہاں اشیاء کو سوچ کر ڈیزائن کی جاتی ہیں کہ گاہک کے لئے سہولت پیدا ہو، انہیں آسانی کے ساتھ استعمال کیا جاسکے اور ان کی دیکھ بھال کی ضرورت بھی کم پڑے۔ اور یہ اشیاء گاہکوں کی ترجیحات یا ضرورتوں کو ذہن میں رکھ کر بنائی جاتی ہیں۔ اشیاء کا آمد ہوں، خوردنی اشیاء کا

ذائقہ اچھا ہو، فیکٹری سے باہر نکلنے سے قبل اشیا کے تمام نقائص دور کر دئے گئے ہوں، وغیرہم۔ ان تمام باتوں کا مقصد گاہک کو اس کی رقم کے بدلے بہتر قدر (Value for money) مہیا کرنا ہے اور اس قدر کی وجہ سے ہی گاہک ان سے دوبارہ رجوع کرتا ہے۔

پاکستان میں اشیا کی پیداوار کا تصور گاہک کو ایک مرتبہ ہی شے خریدنے کے لئے راغب کرنا ہے (صرف چند ادارے ایسا نہیں کرتے)۔ یہاں کاروبار کو چلانے کا خیال موجود نہیں۔ سستا ترین خام مال، غیر تسلی بخش تیاری، غیر کاروباری انداز فروخت اور گاہک سے لا تعلقی یہاں کا دستور معلوم ہوتے ہیں بلکہ یہ کہا جاسکتا ہے کہ اگر جاپانی کلچر اور کاروبار کا بنیادی انداز نظر ہم آہنگی ہے تو ہمارے ملک میں اس کے بالکل برعکس ہے۔ ہمارے دینے والے لوگ گاہک کی مدد کرنے کی بجائے اس سے جان چھڑانے کو ترجیح دیتے ہیں (حتیٰ کہ پاکستان میں موجود سروس کے جاپانی مراکز کا بھی یہی حال ہے)۔ جاپانی لوگ منصوبے اور حکمت عملی مرتب کرنے میں بالعموم ”زین بدھ“ انداز (Zen Way) پر عمل کرتے ہیں، یعنی یہ کہ طویل ترین راستہ ہی مختصر ترین راستہ ہو سکتا ہے جبکہ ہم پاکستانی لوگ مختصر ترین راہ پر بھی انتقامانہ انداز سے عمل پیرا ہوتے ہیں۔ تیسری دنیا کا ایک آزار یہی ہے۔

اس کتاب میں کلچر پر ایک بہت عمدہ باب موجود ہے۔ یہ بہت جامعیت کا حامل ہے اور اس چیز کو گرفت میں لاتا ہے جو کلچر کو تشکیل دیتی ہے: ایک مشترک زبان، جو یہ ظاہر کرتی ہے (اور ہمارے ذہنوں میں اس بات کی تصدیق کرتی ہے) کہ ہم مشترک شناخت کے حامل ہیں۔ ہم ایک ہیں کیونکہ ہم ایک آواز میں بولتے ہیں، یہاں آواز سے مراد زبان ہے۔ یہ بات کافی حد تک درست ہے کہ ایک کلچر کے اندر اس قدر اختلافات موجود ہوتے ہیں کہ انفرادی سطح پر ہم کسی بھی حوالے سے ثقافتی شناخت پر اعتراض کر سکتے ہیں۔ اس ضمن میں دراصل دوسری مرکب اقوام جیسے کہ چین، بھارت، پاکستان، سوئزرلینڈ، امریکہ، وغیرہ پر جاپان کو برتری حاصل ہے۔ ان تمام اقوام میں نسلی اور مذہبی شناختیں مرکزی مقام حاصل کرنے کے لئے قومی یا ثقافتی شناختوں سے برسرِ پیکار ہوتی ہیں۔

یہ کتاب ان تصورات کو رفع کرنے کی کوشش کرتی ہے کہ جاپانی لوگ دوسری زبانوں یا دوسری ثقافتوں کے طور طریقوں کو قبول نہیں کرتے۔ جاپان میں بین الاقوامی برادری کے ساتھ ثقافتی ہم آہنگی کی مخلصانہ خواہش موجود ہے۔ یہاں ہم دیکھتے ہیں کہ ایک

کچھر میں غیر ملکی اثرات کو قبول کرنے کا انحصار کسی حد تک اس بات پر ہوتا ہے کہ دوسری ثقافتوں میں اس ملک کے کچھر کو کس طرح قبول کیا جاتا ہے۔ اس ضمن میں اصل محرک، درحقیقت، پوشیدہ میلانات، اور مشابہتوں کے ساتھ ساتھ بنیادی اختلافات، یا تفصیلات میں موجود ہوتا ہے۔ سچ تو یہ ہے کہ جاپان کے لئے دوسری ثقافتوں کو قبول کرنا کا ایک محرک وہ عمومی قبولیت ہے جو جاپانی کاروباری طور طریقوں کو ہر جگہ فوراً حاصل ہو جاتی ہے۔ یہ اثر اگر ابھی تک حاصل نہیں ہو تو اب بار آور ہونے کو ہے۔

یہ کتاب بلا جھجک تسلیم کرتی ہے کہ ”جاپانی معاشرہ اصولی طور پر غیروں کے لئے بند ہے“ اور حکومت سختی سے اس بات کی وکالت اور اس کا دفاع کرتی ہے۔ یہ کتاب بخوشی یہ اعتراف بھی کرتی ہے کہ ”حال ہی میں جاپان پر بین الاقوامیت کا خط سوار ہو گیا ہے“۔ اس کا دوسرا مطلب یہ ہے کہ یہ ایک دوسری انتہا ہے۔

جاپانی کچھر گروہ یا گروہیت پر جب کہ امریکی کچھر فرد یا انفرادیت پر مبنی ہے۔ کاروبار سے متعلق دونوں قوموں کے انداز اور نقطہ ہائے نظر میں یہ بات صاف طور پر جھلکتی ہے۔ نقادوں کا کہنا ہے کہ گروہیت ہم آہنگی کے انتہائی سماجی دباؤ کے تحت جاپانیوں کو ابل پڑنے والے آتش فشاں میں تبدیل کر دیتی ہے۔ جاپانی لوگ اپنی انفرادیت کے اثبات کی ناکام کوشش میں جتے رہتے ہیں۔ جبکہ امریکی اس قدر خود مرکزیت کے حامل ہو گئے ہیں کہ وہ دو مل جل کر کام کرنے کے فن اور باہمی تعاون سے ہاتھ دھو بیٹھے ہیں۔ مراد یہ کہ جاپانیوں کو نفسیاتی صحت درکار ہے جب کہ امریکی لوگ بیگانگی، احساس نا آسودگی اور پڑمردگی کا شکار ہو چکے ہیں۔

پاکستان میں افراد کی خود مرکزیت کو خاندانی، قبائلی اور اثر و رسوخ والے تعلقات اور اسی نوع کے دوسرے مسائل متعین کرتے ہیں۔ پھر یہاں ایک شدید مذہبی جذبہ بھی موجود ہے کہ خدا جو چاہتا ہے وہی ہوتا ہے۔ اس ضمن میں جاپانی کچھر قطعاً مختلف نقطہ نظر کا حامل ہے۔ جاپان میں بنیادی طور پر فرد ہی اپنے مقدر کو بناتا ہے۔ اس کتاب کے باب ”کل اور جزو“ میں ان تمام مسائل کو احسن طریقے سے زیر بحث لاتی ہے۔

مزید برآں، یہ کتاب ہمیں بتاتی ہے کہ بڑی بڑی جاپانی کاروباری کمپنیاں (sosha sogo) ایک بڑے بنک کے گرد جزی ہوتی ہیں۔ اس گروپ میں مختلف نوع کی

کمپنیاں شامل ہوتی ہیں۔ کمپنیوں کے مابین مقابلہ بازی ہوتی ہے، لیکن گروپ کے اندر نہیں۔ مختلف کمپنیوں میں ماہرین کی آمد و رفت ایک دستور ہے، لیکن ایک گروپ کو چھوڑ دینا قطعی طور پر ناممکن ہے۔

ہمیں بتایا جاتا ہے کہ جاپان میں زندگی کو مغربی یا بین الاقوامی نہیں بنایا جا رہا بلکہ غیر ملکی اشیاء اور تصورات کو پہلے جاپانی بنایا جاتا ہے اور پھر انہیں قبول کیا جاتا ہے۔ اس سلسلے میں ایک اتنی موجود ہے: یہ زبان ہے۔ جاپانی لوگ دوسری زبانوں کے الفاظ اپنانے میں بہت پُر جوش ہیں۔ تاہم، وہ اپنے اصل کلچر کا بڑی شدت کے ساتھ دفاع کرتے ہیں۔ پھر بھی وہ اپنے خاص طرز حیات کو برقرار رکھتے ہوئے غیر ملکی آدرشوں کو اپناتے تھکتے نہیں۔ یہ کتاب ہمیں بتاتی ہے کہ جاپان اب اپنے کلچر کو برآمد کرنے کا خواہش مند ہے۔

جاپانیوں کے انفرادی بیڈروم نہیں ہوتے۔ وہ گروپ کی شکل میں رہتے ہیں۔ دراصل جاپانی معاشرہ ایک بڑا کمرہ ہے، جس میں علیحدگی، تقسیم، یا پروہ موجود نہیں۔ اس لحاظ سے جاپانی معاشرہ غیر طبقاتی معاشرہ ہے اور مساوات پسندانہ بھی۔ یہی چیز قربت اور مل جل کر کام کرنے کا جذبہ پیدا کرتی ہے۔ جاپانی لوگ گروپ کے اندر رہتے ہوئے علامتوں اور محرکات کا بہت احساس رکھتے ہیں۔ ان کا مقصود فتح نہیں، بلکہ باہمی سمجھوتا ہے۔

چونکہ منطق کی نشوونما جاپان میں نہیں ہوئی، لہذا جاپانی دلیل باز نہیں۔ ان کا منشا ہم آہنگی کا حصول ہے۔ دلیل بازی ایک بڑا پاکستانی اور بھارتی وصف ہے، جسے جاپانی لوگ قابل اعتنا نہیں سمجھتے۔

جاپان میں کلچر اور کاروبار مکمل طور پر جڑے ہوئے ہیں اور ہم آہنگی کے ساتھ حرکت کرتے ہیں۔ جاپانیوں کا احساس خوبصورتی بے مثل ہے۔ یہ مصنوعی اور فطری کے امتزاج پر مبنی ہے۔ جاپانی لوگ چھٹیاں لیتے ہیں تو چیری (شاہ دانہ/Cherry) کے پھولوں سے حظ اٹھانے کے لئے۔ کیونکہ شاید یہ پھول بہت کم وقت کے لئے کھلتے ہیں۔ جمالیاتی طور پر جاپانی لوگ مرکز سے ہٹ کر یا کنارے پر رہنا پسند کرتے ہیں۔ اسلوب سازی اور فطرت دونوں سے کام لیا جاتا ہے، اور دونوں سے لطف اندوز ہوا جاتا ہے۔ جاپانی لوگ فطرت سے یا رانہ قائم کرنے میں کوشاں رہتے ہیں اور اسے انسان کے برابر مقام دیتے ہیں۔ یہاں بھی ہم آہنگی ہی مطلوب ہے۔ فطرت تسلط نہیں چاہتی اور نہ ہی

آدمی۔ دونوں کا اپنا اپنا مقام ہے۔ فطرت کو انسان کا حصہ خیال کیا جاتا ہے اور یہ انسان کا حصہ بن جاتی ہے، اور انسان فطرت کا حصہ بن جاتا ہے۔ اس کے لئے بہت نازک احساس درکار ہے اور جاپانیوں نے اسے صدیوں کی تربیت سے حاصل کیا ہے۔ اس طرح زندگی مریضانہ کم بنتی ہے اور ٹکڑوں میں کم تقسیم ہوتی ہے اور زیادہ مکمل اور زیادہ پُرسرت ہو جاتی ہے اور خوبصورتی تو اپنا جواز خود ہے۔ کسی مشین کے باطن پر بھی اتنا ہی دھیان دیا جاتا ہے جتنا اس کے ظاہر پر۔ دیکھنا یہ ہے کہ ہم جاپانیوں سے کتنا کچھ دیکھ سکتے ہیں کیونکہ ہمارا عمومی رویہ ان کے قطعی برعکس ہے۔

یہ کتاب اس پہیلی کو سامنے لاتی ہے جس کا نام جاپان ہے (ویسے تو ہر قوم ایک پہیلی ہے)۔ اگرچہ جاپانی طرز حیات کے ساتھ ہمدردانہ رویہ پوری کتاب میں جاری و ساری ہے، لیکن یہ جاپانیوں کی شخصیت کا مکمل احاطہ کرنے کی کوشش کرتی ہے، قریب قریب تمام خوبیوں اور خامیوں سمیت۔

اگر کوئی جاپانیوں کو چند الفاظ میں بیان کرنے کا خطرہ مول لے (اور اس طرح کے تمام بیان لازمی طور پر خطرناک ہو سکتے ہیں) تو یہ کہا جاسکتا ہے کہ دنیا کے بارے میں جاپانیوں کا نقطہ نظر اس زمین پر بسنے والے تمام لوگوں سے یکسر مختلف ہے۔ زمان و مکان اور ان کے باہمی تعلق کے بارے میں بھی ان کا نقطہ نظر بالکل مختلف..... اول الذکر پیچ دار (Spiral) ہے اور موخر الذکر جاپان کی محدود مکانیت سے تشکیل پاتا ہے۔ جاپانی لوگ گروہی رجحان کے حامل ہیں۔ یہاں انفرادیت گروہ کے تابع ہے۔ تاہم، فرد کو گروہ پر اثر انداز ہونے یا گروہ کی رہنمائی کا موقع بھی میسر ہے۔ جاپانی ضابطہ پسند ہیں اور ایک سانچے میں ڈھلی ڈھلائی زندگیاں گزارتے ہیں اور قدم اندازی یا مختصر راہ سے مطلب برآری کو نہ صرف ناشائستہ بلکہ پیداواریت سے متصادم سمجھتے ہیں۔ افراد کے بجائے گروپ، اضافی افادیت کے متلاشی ہوتے ہیں، جبکہ گروپوں کے مابین طاقتور اور جان لیوا مقابلہ بازی ہوتی ہے۔ افراد نے گروپوں کے اندر رہتے ہوئے سماجی یا گروہی ہم آہنگی کا ایک کلچر پیدا کر لیا ہے۔ جاپانی لوگ الفاظ، محاورے، ٹیکنالوجی تو اپنالیتے ہیں لیکن دوسروں کی ثقافتیں نہیں۔ اسی لئے جو لوگ اپنے ثقافتی طور طریقوں میں رہتے ہوئے جاپانیوں سے کاروبار کرنا چاہتے ہیں انہیں بہت مشکل پیش آتی ہے۔

جاپانیوں میں چلک ہے، لیکن ایک خود غرضانہ قسم کی۔ یہاں خود غرضانہ یا ان کی ذات سے مراد گروہ ہے..... بلکہ پورا جاپان کہنا چاہیے۔ جو چیز ان کے لئے کارآمد ہوتی ہے، وہ اسے جاپانی ثقافت کا حصہ بنانے کے عمل سے گزارنے کے بعد اپناتے ہیں۔ جاپانی علمیت پسند ہیں، لیکن اس کے ساتھ ساتھ روایت پسند بھی۔ وہ فردیت، اور فرد کے حقوق اور اس کی صلاحیتوں کا احترام کرتے ہیں۔ لیکن کلچر افراد کو ان لکھے قوانین کے ذریعے اکٹھا کرتا ہے اور یہ قوانین فرد کو معاشرے یا گروہ کا تابع بناتے ہیں۔

جاپانی اس قدر رواجی یا ضابطہ پسند ایک دبی ہوئی روایت جو بعض اوقات پھٹ بھی پڑتی ہے (ہیں اور ہم آہنگی کو سجدہ کرتے نہیں تھکتے کہ ہم انہیں بے نظیر قسم کا عالم کہہ سکتے ہیں۔ ایک طرف ایک گروہ نہایت مقدس ہے تو دوسرے گروہ حقوق سے عاری رہتے ہیں تا آنکہ مقدس گروہ ان سے کاروبار کرنے پر رضامند ہو جائے۔ اس صورت میں کھیل کے قاعدے بدل جاتے ہیں اور ایک چھوٹے موٹے کاروباری معاملے کی بجائے طویل المدت کاروباری تعلق قائم کیا جاتا ہے۔

جاپانی لوگ آگاہی اور ابلاغ کا کام لفظوں کے ذریعے نہیں بلکہ میل ملاپ کے ذریعے انجام دیتے ہیں۔ وہ جسمانی حرکات یا چہرے کے تاثرات کی تبدیلیوں سے کم ہی کام لیتے ہیں۔ مقدس یہ ہے کہ ”داخلی“ خلوص محسوس ہونا چاہیے اور چہرہ اور جسم اس کے ذرائع نہیں۔

جاپانیوں کا جمالیات کا احساس بھی یکتا ہے۔ یہ فطرت اور انسان کے باہمی عمل سے تشکیل پاتا ہے۔ فطرت کے احترام، اس سے تعلق بنانے اور اس سے لطف اندوز ہونے کے لئے ضروری ہے کہ انسان فطرت پر اثر انداز ہو، اسے تبدیل کرے اور اسے ایک اسلوب عطا کرے۔ یہ احساس بونسائی (Bonsai) اور جاپانی باغات میں جھلکتا نظر آتا ہے اور یہ احساس خاموش باغات میں چیری کے پھولوں کے بیج چہل قدمی میں نہیں بلکہ پودوں سے آراستہ شاہراہوں میں ظاہر ہوتا ہے جہاں انسان نے نہایت نفاست کے ساتھ قطار اندر قطار درخت لگائے ہیں۔

لیکن جاپانیوں کا فطرت کو ایک نئی شکل دینا، اسے تباہ کرنے یا تبدیل کرنے کی کوشش کے مترادف نہیں بلکہ وہ فطرت کے جوہر کو تحفظ دیتے ہوئے اسے تقویت دینے کے

راستے تلاش کرتے ہیں۔ مراد یہ کہ انسان کی موجودگی محسوس ہو، یہ کوئی فطرت پر غالب آنے کی کوشش نہیں۔

جاپانیوں کا کاروباری تنظیم کا نچلا طبقہ ویٹو (Veto) / استرداد کا حق رکھتا ہے۔ وہ نامزدگی کو قابل اعتنا نہیں سمجھتے۔ وہ معاملے کا جامعیت کے ساتھ جائزہ لیتے ہیں جبکہ دوسری ثقافتوں بالخصوص امریکیوں کو یہ بات برا سمجھتے کر دیتی ہے۔ امریکی جزو و مجزا کام چلاؤ سوچ رکھتے ہیں۔ جاپان میں بیشتر فیصلے نیاواشی (بے ضابطہ رابطہ اور ترغیب) کے ذریعے عمل میں آتے ہیں۔ حتیٰ کہ اب تو رنگی (Ringi) کا نظام بھی اپنی افادیات کھورہا ہے، جس کے مطابق مختلف متعلقہ لوگوں کی باضابطہ تصدیق ان کے دستخطوں کے ذریعے حاصل کی جاتی ہے۔ منشا یہ ہے کہ سارے گروہ کی شمولیت اور حمایت سے کام کو پایہ تکمیل تک پہنچایا جائے۔ یہ نظام ایسے لوگوں کی راہ میں مزاحم ہوتا ہے جو گروپ کی قیمت پر نمایاں ہونا چاہتے ہیں۔ ایسے کاروباری مذاکرات میں اکثر یہی کچھ ہوتا ہے جن میں باہمی رضامندی اور ہموار طریقے کی بجائے کسی پسندیدہ منصب کے ذریعے جلد بازی اور کام چلاؤ انداز سے کام لیا جاتا ہے۔ دراصل جاپانی لوگ دستخط کرنے کی بجائے تعلقات استوار اور ہموار کرنے کا کام کرتے ہیں۔ یہ بات امریکیوں، یورپیوں یا پاکستانیوں کے لئے بہت حیران کن ہوگی کہ کسی شے کی قیمت کا فیصلہ اس وقت بھی کیا جاتا ہے جب شے ساہوکار خریدار کو پہنچائی جا چکی ہو اور وہ خریدار نے فروخت بھی کر دی ہو۔ چونکہ قائم شدہ تعلق کو برقرار رکھنے کی بنیاد خلوص ہے لہذا، قیمت کے بارے میں کسی وقت بھی سمجھوتا ہو سکتا ہے۔

کہنے کے لئے بہت کچھ ہے اور بہت کچھ کہا بھی جا سکتا ہے، لیکن یہ کام موجودہ کتاب پر چھوڑ دینا چاہیے۔ یہ کتاب مختلف ثقافتوں، بالخصوص کوریائی (اور چینی) ثقافتوں کے تقابلی مطالعہ پر بہت زور دیتی ہے۔ یہ ایک ایسی کتاب ہے جو بصیرت اور دانائی سے معمور ہے اور جاپانی کلچر اور کاروباری نظم و نسق کے بارے میں نہایت اہم معلومات مہیا کرتی ہے۔ اور جاپانیوں کا ایک ایسا پورٹریٹ سامنے لاتی ہے جس میں ان کا ظاہر ہی نہیں باطن بھی جھلکتا نظر آتا ہے اور اس سے ہم بہت کچھ سیکھ سکتے ہیں۔

مظفر غفار (انگریزی)

ترجمہ: خلیل احمد

دیباچہ

انتظامیہ اور کلچر (Management and Culture) کے عنوان سے چواو کورونشا (Chuo Koronsha) کی کتاب 1984ء میں شائع ہوئی تھی۔ یہ کتاب اس کی نظر ثانی شدہ تالیف ہے۔ اپنے قارئین کو بہت سے اصل حوالوں کی پیچیدگی سے بچانے کے لئے، جو جاپان کی روایات اور تاریخ سے متعلق ہیں میں نے کتاب کو انگریزی زبان میں ترجمے کے لئے از سر نو لکھا اور اس دوران میں کچھ زاید مواد بھی مسودے میں شامل کیا۔

اس منصوبے پر کام کرنے میں میرے دو مقاصد تھے، اول یہ مطالعہ کرنا کہ ثقافت کس طرح نہ صرف کارپوریشنوں بلکہ فوجی اور تعلیمی اداروں کی سرگرمیوں پر بھی اثر انداز ہوتی ہے، دوسرے جاپان کی ثقافت اور جاپانی طرز کی انتظامیہ کے درمیان تعلق کو سمجھنا۔

وہ بہت سی کتابیں جو جاپانی انتظامیہ پر جاپانیوں اور مغربی مصنفوں نے لکھی ہیں، ان میں جاپان کے کاروباری طور طریقوں کا مقابلہ یورپ اور شمالی امریکہ سے کیا گیا ہے۔ اس کتاب میں جاپان کا مقابلہ جنوبی کوریا اور ری پبلک آف چائنا (تائیوان) سے کیا گیا ہے۔ اس کوشش میں کچھ تو اس سہ مملکتی جائزے سے طویل اقتباسات لئے گئے ہیں، اس میں کاروباری لوگوں کے رویے معلوم کئے گئے تھے (اس جائزہ ٹیم میں، خود میں بھی شامل تھا) کچھ میں نے اپنے تاثرات اور نتائج شامل کئے ہیں۔ اب جو نتائج سامنے آئے ہیں، ان میں اس جائزے کے مندرجات بھی شامل ہیں، جو مشترکہ طور پر جنوبی کوریا اور جاپان کے ذی علم رفیقوں نے مرتب کئے اور میرے وہ تاثرات بھی شامل ہیں، جو میں نے اپنے تدریسی، سیاسی اور تعلیماتی دوروں میں اخذ کئے۔

جاپان، کوریا اور ری پبلک آف چائنا (بشمول ہانگ کانگ و سنگاپور) کنفیوشس کی تعلیمات کے زیر اثر منطقہ کہلاتا ہے۔ اس کے ساتھ ہی یہ دنیا کا سب سے زیادہ متحرک اور

فعال صنعتی علاقہ ہے۔ کنفیوشس کے فلسفے میں سخت کوشی، شائستگی، کفایت شعاری اور تحمل مزاجی کی تعلیم شامل ہے۔ بعض علماء نے ان اقدار کی مشابہت میکس ویبر (Max Weber) کے بقول، پروٹسٹنٹ فرقے کی اخلاقیات میں دیکھی ہے۔ بہر حال اس کتاب میں دو سوالوں کے جواب دینے کی کوشش کی گئی ہے۔ ایسا کیوں ہوا کہ چین اور کوریا جو تہذیبی طور پر جاپان سے زیادہ قدیمی ہیں، اقتصادی طور پر کئی صدیوں کے دوران میں جمود کا شکار رہے اور ان کے مقابلے میں جاپان تیز رفتار صنعتی ترقی، ایک خاص طرح کی کاروباری حکمت عملی اور ٹکنالوجی کے صحیح استعمال کی بدولت، ترقی یافتہ صنعتی اقوام کی صف میں شامل ہو گیا؟

کوریا میں کنفیوشس کے سخت گیر اصولوں کی پابندی نے جدید ترقی کا راستہ روکا۔ تاہم جاپان میں کنفیوشس کی اخلاقیات کے ساتھ روایتی کلچر کی اقدار جوڑ دی گئیں۔ ان کے اشتراک سے جاپان کے لئے جدید ترقی کی راہ کھل گئی۔ کنفیوشس ازم اور مغربی تہذیب کے اثرات کے باوجود جاپان نے اپنا منفرد مذہب اور اس کی اخلاقی اقدار بھی کبھی ترک نہیں کیں۔ نتیجہ یہ کہ ہم نے اجتماعی یک جہتی اور تنظیم کے تحت فیصلہ کرنے کی روایتی صورت کو برقرار رکھا ہے۔ دوسرے ملکوں کے بہت سے تجارتی حکام اور بڑے کاروباری، جاپان کی نام نہاد غیر محصولاتی رکاوٹوں کی شکایت کرتے ہیں، جنہوں نے ان کے خیال میں جاپانی معاشرے اور جاپان کی منڈیوں تک ان کی رسائی کا راستہ روک رکھا ہے، حالانکہ یہ جاپانی ثقافت کے محض بعض پہلو ہیں۔ اس کتاب میں اس مسئلہ کے تمام تر پہلوؤں کی وضاحت سے میرا ایک ذاتی مقصد بھی ہے۔ واضح ہو کہ میں یہاں جاپان کی حیثیت کا دفاع نہیں کر رہا ہوں۔

میں نے اس تالیف کا نظر ثانی شدہ مسودہ 1986ء میں مکمل کیا، جو ساٹھ سالہ گردش کی بنا پر ایئر آف دی ٹائیگر (شیر کا سال) سے موسوم ہے چونکہ میں 1926ء میں پیدا ہوا اور وہ بھی ایئر آف دی ٹائیگر ہے، لہذا عمر کو شمار کرنے کے روایتی حساب سے، میں نے اپنی زندگی کا دائرہ مکمل کر لیا۔ وقت ایک دائرے میں سفر کرتا ہے اور یہ گردش کبھی ختم نہیں ہوتی، یہ مشرق والوں کا مخصوص نظریہ ہے، اس کے مقابلے میں ایک مسیحی نظریہ ہے، وہ یہ کہ وقت ایک سیدھی لکیر کی طرح محو سفر ہے۔ وقت کے بارے میں یہ تصور اور انتظامی طریقوں سے اس کا تعلق، ایک ایسا اہم نکتہ ہے، جس پر اس کتاب کے ابتدائی اوراق میں بحث کی گئی ہے۔

ہایاشی شوجی..... ٹوکیو 1988ء

باب اول

جاپان کی تہذیب اور انتظامیہ

وقت کی گردش

مجھے یہ جان کر کچھ زیادہ حیرت نہیں ہوئی کہ جاپان سے شناسائی کا ایک ذریعہ وہاں کے تہذیبی وقت کو سمجھنا ہے۔ ابتدائی طور پر یوں سمجھ لیجئے کہ جاپان میں وقت کا پیمانہ، بدھ مت اور خلائی دور کا تصور یہ سب ایک دوسرے سے جڑے ہوئے ہیں اور کچھ اس طرح جڑے ہوئے ہیں کہ بعض اوقات کسی مغربی باشندے کے لئے اس تعلق کی نوعیت کو سمجھنا بہت مشکل ہوتا ہے۔ میں اپنا مشاہدہ بیان کرتے ہوئے، یہ بھی نہیں کہتا کہ جاپانیوں کے لئے مغرب کے ذہن کو سمجھنا آسان ہوتا ہے۔

(ایڈورڈ ٹی ہال کی تصنیف)

The Dance of life. The Other Dimension or Time

یعنی ”زندگی کا رقص اور وقت کی دوسری جہتیں“ کے صفحے 92 سے اقتباس۔

ایڈورڈ ہال ایک عالم ہے جس کی بکثرت تصانیف ہیں۔ وہ مختلف تہذیبوں کے درمیان تعلقات کے موضوع پر اکثر لکھتا رہتا ہے۔ اس کا مشاہدہ یہ ہے کہ وقت جیسی سامنے کی چیز کو سمجھنے میں مختلف معاشروں کے درمیان فرق پایا جاتا ہے۔ قدیم انسانی تہذیبوں کے عالم اگرچہ یہ جانتے ہیں کہ تہذیبوں کے مابین تعلقات کی نوعیت کو سمجھنے میں وقت کی پہچان ایک بڑی رکاوٹ ہے، لیکن عام لوگ، اور ان میں سماجی اور سائنسی علوم کے ماہر اور کاروباری اداروں کے اعلیٰ عہدیدار بھی شامل ہیں، یہ بات نہیں سمجھتے۔ پروفیسر رابرٹ ریلون (Prof Robert Rallon) ٹوکیو کی صوفیہ یونیورسٹی میں انتظامی امور کے ماہر ہیں۔ وہ جاپان میں تجارت کے موضوع پر اپنے مطالعہ کے لئے مشہور ہیں، ایک مرتبہ وہ کمپنیوں کے صدر صاحبان اور اقتصادیات کے ماہروں سے خطاب کر رہے تھے۔ ان کا

موضوع یہ تھا کہ یورپ اور امریکہ میں انتظامی طریقہ کار ایک دوسرے سے مختلف کس طرح ہے؟ انہوں نے تختہ سیاہ پر خاکہ بنا کر دکھایا کہ وقت کے بارے میں کون کس طرح سوچتا ہے۔ ملاحظہ کیجئے خاکہ نمبر ۱:

حالانکہ امریکہ میں انتظامی عہدیدار زمانہ حال میں موجود ہیں اور اسی زمانے میں موجود رہتے ہوئے اپنا کاروبار چلاتے ہیں، لیکن بیلون نے بتایا کہ ان کی نظریں ہمیشہ مستقبل پر لگی ہوتی ہیں۔ اس کے برعکس یورپ کے انتظامی عہدار زمانہ حال میں رہتے ہوئے ہمیشہ ایک نظر ماضی پر بھی رکھتے ہیں۔ امریکی منتظم جوش عمل، فراوانی اور حرکت کی قدر کرتے ہیں۔ یورپی منتظمین کے نزدیک تجربہ، احتیاج اور استحکام بڑی چیزیں ہیں۔

امریکہ میں جب کارپوریشنوں کے اندر مالک کا کردار الگ ہو گیا اور انتظامیہ

الگ ہو گئی تو پیشہ در منتظم سامنے آئے اور اعلیٰ سطح کے کاروباری فیصلے وہ خود کرنے لگے۔ انہوں نے پیش بینی سے کام لیتے ہوئے ایجاد اور اختراع پر زور دیا اور کاروبار میں توسیع کے لئے نئی منڈیوں کی تلاش شد و مد سے شروع کر دی۔ اس کے مقابلے میں یورپ کے کاروباری اداروں میں، خاص طور پر برطانیہ اور فرانس کے اندر کسی کمپنی کا صدر ہی اس کا مالک یا سرمایہ کار ہوتا ہے جس کی واقفیت بنک کاری سے ہوتی ہے۔ کمپنیوں میں مینجر یا منتظم عام طور پر اعتدال پسند ہوتے ہیں اور کاروبار چلانے میں ان کا واحد مقصد یہ ہوتا ہے کہ ادارے کی رانی ساکھ برقرار رہے۔ پروفیسر بیلون کی رائے میں امریکہ اور یورپ کے درمیان کاروبار کے محرکات میں بھی بڑے فرق ہیں۔

جب یہ حیران کن توجیہ پیش کی گئی تو جاپان کی ایک کمپنی کے صدر نے سوال کیا کہ

اس خاکے میں جاپان کے منظم کس طرف نظر آ رہے ہیں؟ پروفیسر بیلون نے ایک پل کو سوچا، پھر جواب دیا کہ جاپان کے منیجر نہ تو امریکی منظمین کی طرح آئندہ پر نظر رکھتے ہیں اور نہ یورپ والوں کی طرح ماضی نظریں گاڑے رکھتے ہیں، ایسا لگتا ہے کہ ان کی نگاہ یہاں اور ابھی یعنی فوری نوعیت کے معاملات پر جمی ہوتی ہے۔ لہذا وہ حال پسند ہوتے ہیں۔ پروفیسر کے خیال میں جاپان کے قومی کردار میں دورِ جحان واضح طور پر پائے جاتے ہیں، جن سے ہر شخص اتفاق کرے گا، ایک سیکولر ازم یعنی دنیاوی معاملات سے مذہب کو الگ رکھنا، دوسرے حقیقت پسندی۔ جاپانیوں کے مذہبی جذبات میں بھی مادی دنیا کی منفعت کو ترجیح حاصل ہے۔ یہ کہنے کے بعد پروفیسر بیلون نے بتایا کہ جاپانیوں میں کئی طرح کے رویے اضطراری یا فوری نوعیت کے ہوتے ہیں یعنی ہنگامی صورت حال درپیش ہو تو فوری منفعت پر مبنی فیصلہ کر گزرتے ہیں۔

کمپنی کے صدر نے اس کے جواب میں کہا، ”تو آپ کی رائے میں جاپان کے منیجر حال پر نظر رکھنے والے ہوتے ہیں؟ لیکن مجھے اس بات میں شک ہے۔ اپنے کام کے سلسلے میں مجھے اکثر امریکہ جانا ہوتا ہے، وہاں میری ملاقات بہت سے منیجر صاحبان اور اداروں کے سربراہوں اور اعلیٰ عہدیداروں سے ہوتی ہے۔ میرا تاثر یہ ہے کہ ان کے مقابلے میں ایجاد و اختراع کی طرف ہم زیادہ مائل ہیں۔ اس کی دو مثالیں یہ ہیں: موٹر گاڑیوں کی صنعت میں الیکٹرکس کا استعمال اور روایتی نوعیت کی صنعتوں میں اور چھوٹے و درمیانہ درجے کے کارخانوں میں روبوٹ کا رواج پہلے جاپان میں ہوا۔ میں اپنے تجربے کی بنا پر کہہ سکتا ہوں کہ امریکی فرموں کے مقابلے میں جاپان کی کمپنیاں، آئندہ کی تبدیلیوں پر زیادہ نظر رکھتی ہیں اور متوقع صورت حال کے بارے میں سوچتی رہتی ہیں۔“

پروفیسر بیلون نے یہ بات تسلیم نہیں کی، انہوں نے وضاحت کرتے ہوئے کہا کہ جاپان کی حکومت اور یہاں کے صنعتی ادارے بھی صحیح معنوں میں تجربہ کاری اور پیشگی منصوبہ سازی نہیں کرتے۔ جاپانیوں کا طریقہ یہ ہے کہ آئندہ کے بارے میں سوچتے وقت بھی ان کا رجحان مستقبل شناسی کی طرف نہیں ہوتا بلکہ وہ مستقبل کو بھی حال کی توسیع سمجھتے ہیں۔ بہت کم ہی ایسا ہوتا ہے کہ آئندہ کے بارے میں تخمینہ لگاتے ہوئے وہ کوئی غیر یقینی قدم اٹھائیں اور موجودہ مفادات اور مواقع کو نظر انداز کر کے مستقبل کے لئے کوئی فیصلہ کریں۔ پروفیسر

بیلون نے یہ نتیجہ اخذ کیا کہ جاپان کے انتظامی ماہر حال کے ہی دائرے میں بند رہتے ہیں۔ یہ ساری بحث بڑی دلچسپ تھی۔ یہ کوئی ریاضی کا سوال نہیں کہ غلط یا صحیح جواب فوراً معلوم ہو جائے۔ پروفیسر بیلون اور وہ تاجر جزوی طور پر دونوں صحیح کہتے تھے۔ لیکن اس مختصر گفتگو سے یہ تو معلوم ہو ہی گیا کہ مستقبل کے بارے میں مغرب کے لوگوں اور جاپانیوں کے درمیان کتنا بڑا فرق پایا جاتا ہے۔

وقت کا تہذیبی پیمانہ

ہمیں تہذیبی وقت اور طبعی وقت کے درمیان امتیاز برتنا ہوگا۔ طبعی وقت کی بنیاد ہماری کائنات کے بارے میں طبیعیات کے ماہروں کی وضع کی ہوئی تشکیلات ہیں۔ ہر طرح کے معاشرتی اختلافات سے قطع نظر کرتے ہوئے یہ بنیاد ہمیں وقت کی پیمائش کا وہ پیمانہ مہیا کرتی ہے جسے مشترکہ طور پر سب استعمال کرتے ہیں لیکن تہذیبی وقت دو معاشروں میں کبھی ایک سا نہیں ہوتا یا بعض حالات میں دو افراد کے درمیان بھی مشترک نہیں ہوتا۔ تہذیبی وقت کو سمجھنے کے لئے اسے دو نمونوں میں تقسیم کیا جاتا ہے، ملاحظہ ہو خاکہ نمبر: ۱۲ اس کے حصہ الف کی شکل وقت کے بارے میں نیوٹن کے تصور کے مطابق ہے۔ وقت ماضی کی طرف سے حال کی جانب سفر کرتا ہے اور پھر مستقبل کی جانب چلا جاتا ہے، یہ سیدھی لکیر کی طرح چلتا ہے، جیسے کوئی سیدھی لکیر کاغذ پر کھینچ دے اور اس کا ایک یقینی انجام ہے یعنی خدا کے حکم سے وقت ختم ہو جائے گا، یوم حساب آئے گا، زندگی دوبارہ ظہور میں آئے گی اور یہ لازوال ہوگی۔ عیسائی، یہودی اور اسلام کے پیروکار جزوی اختلافات سے قطع نظر عام طور پر وقت کے بارے میں یہی نظریہ رکھتے ہیں۔

مثال کے طور پر ہر صاحب عقیدہ عیسائی یہ سمجھتا ہے کہ تہذیبی وقت کا آغاز اس وقت ہوا جب خدا نے یہ دنیا بنائی اور اس میں ”آدم و حوا“ کو بھیجا اور دنیا کو آباد کیا۔ اس تخلیق کے بعد سے وقت نے اپنا سفر شروع کیا اور وہ برابر یوم آخرت کی طرف جا رہا ہے۔ ماضی وہ وقت ہے جو گزر چکا اور ماضی ہمیشہ پیچھے ہی رہے گا۔ مرنے والوں کی ارواح اللہ تعالیٰ کے یہاں پہنچ گئیں اور وہ زمین پر اب کبھی واپس نہیں آئیں گی۔ عیسائی اور مسلمان دونوں کے نزدیک انسان اس دنیا میں اس عقیدے کے ساتھ زندہ ہیں کہ انہیں آخرت کے دن اللہ تعالیٰ کے حضور جواب دہی کے لئے پیش ہونا ہوگا۔ یہ وقت کا وہ پیمانہ ہے جو سیدھی لکیر کی طرح ہے، یعنی وقت کا لکیر پیمانہ۔

وقت کا دوسرا پیمانہ (ب) دائرہ نما ہے اور مستقل حرکت میں ہے۔ اسے وقت کا مدور پیمانہ کہہ سکتے ہیں۔ وہ لوگ جن کے عقیدے کی بنیاد بت پرستی ہے، مثلاً ہندو اور بدھ مت کے ماننے والے، وہ اس تہذیبی وقت کے اندر رہتے ہیں جن کا عقیدہ تناخ ہے۔ وہ سمجھتے ہیں کہ جب انسان مر جاتا ہے تو اس کی روح کسی اور انسانی یا حیوانی قالب میں چلی جاتی ہے اور یوں وہ دوبارہ زندہ ہوتا ہے یعنی تناخ کے اس عمل کے تحت روح، ایک دائرے میں ہمیشہ گھومتی رہتی ہے۔

یوکیو میشیما (Yukio Mishima) کا تخلیقی کارنامہ چار جلدوں پر مشتمل ”پیدائش کا سمندر“ (The Sea of Fertility) نامی ناول ہے۔ اس میں نہایت خوبصورتی کے ساتھ دنیا کو ایک وسیع و عریض اسٹیج کی شکل میں پیش کیا گیا ہے، جہاں انسان دوبارہ پیدا ہوتے رہے ہیں۔ مغرب کے قارئین کے لئے اور آج بھی بہت سے جاپانیوں کے لئے یہ ایک پراسرار اور غم انگیز رزمیہ ہے۔ اس مجموعہ تصانیف کی ساخت وہی معلوم ہوتی ہے جو غنائی رقص کے ڈراموں کی روایت ہے، اسے ”نوہ“ ڈرامے کہا گیا ہے۔ نوہ کے زیادہ تر اسٹیج ڈرامے سامنے کے نصف اجزا پر مشتمل ہوتے ہیں، ان کھیلوں میں ایک بڑا کردار ہوتا ہے جسے ”شیتے“ (Shite) کہا جاتا ہے یعنی سرغنہ، یہ اپنی شباہت بدلتا رہتا ہے اور کبھی کبھی تو ایک بالکل مختلف شخصیت بن جاتا ہے، دوسرا ایک ماتحت کردار ہوتا ہے یہ ”واکی“ (Waki) ہے جو ایک مصر کی طرح ”شیتے“ پر نظر رکھتا ہے اور اسٹیج کے چاروں طرف گھومتا ہے۔

”پیدائش کا سمندر“ میں ایک شخص جس کا نام ہوندا (Honda) ہے، چاروں

کتابوں کے اندر ایک ماتحت یا ذیلی کردار کے طور پر آتا ہے، یہ ’واکی‘ ہے۔ بڑا کردار جو سرغنہ ہے، کئی کئی بار پیدا ہوتا ہے، اپنی شباهت بدلتا رہتا ہے اور زندگی کے ’’نوہ‘‘ اسٹیج پر نمودار ہوتا ہے۔ نوہ ڈرامے جاپانیوں کی روحانی زندگی سے مربوط ہوتے ہیں اور ہر ڈرامے میں وقت کا پیمانہ وہی ہوتا ہے جسے گزشتہ سطور میں وقت کا مدور پیمانہ کہا گیا ہے (یعنی وقت ایک کبھی نہ ختم ہونے والے دائرے کی شکل میں مسلسل گردش کرتا ہے)۔ مشیما نے جس روز اپنی چاروں کتابیں مکمل کیں، اس نے ایک جاپانی رسم کے مطابق خودکشی کر لی۔ اس کا یہ اقدام ایک ڈرامائی تمثیل تھی کہ فن اور زندگی کا ایک دائرہ کس طرح پورا ہوتا ہے۔ عیسائی، خودکشی کو گناہ سمجھتے ہیں، لیکن جاپانیوں کے عقیدے کی رو سے موت کے معنی دنیا سے ہمیشہ کے لئے اٹھ جانا نہیں، وہ اسے ایک دیرینہ روایت کے مطابق روح کی از سر نو پیدائش سے تعبیر کرتے ہیں۔ ان کے اس عقیدے کا اظہار عام بول چال اور محاوروں میں بھی ہوتا ہے، مثال کے طور پر یہ کہاوت کہ ’’کوئی چاہے سات بار مر کے پیدا ہو، لیکن اپنے مالک کی نیکی کا بدلہ نہیں چکا سکتا‘‘۔ ایک دوسری کہاوت یہ ہے کہ ’’گزشتہ زندگی کے اعمال سے کسی شخص کی آئندہ زندگی کے حالات متعین ہوتے ہیں‘‘۔ خاکہ (ب) میں تہذیبی وقت کی جو صراحت کی گئی ہے، بدھ مت کی بنیاد اسی پر ہے اور اس نے جاپانیوں کی زندگی پر گہرا اثر ڈالا ہے۔

مسیحیت اور اسلام کے ماننے والوں کو یہ تعلیم دی جاتی ہے کہ اپنے آپ کو یوم آخرت کے لئے تیار کریں۔ انسانوں پر لازم آتا ہے کہ اپنے عقائد میں راسخ رہیں، نیک اعمال کریں اور ثواب کمائیں۔ بدھ مت کے مطابق جس نے گوتم بدھ کی تعلیمات پر عمل کیا، اور نیک اعمال کئے، وہ مرنے کے بعد ایک نئی اور بہتر زندگی میں داخل ہوگا۔ بدھ مت کی مقبول عام ادبیات میں ایسی کہانیاں کثرت سے ملتی ہیں کہ روح کس طرح ایک سے دوسرے قالب میں سفر کرتی ہے، اس کی مثال ’’جانک کھائیں‘‘، یعنی پیدائش کی کہانیاں، ہیں۔

چھٹی صدی عیسوی کے نصف میں بدھ مت کے اصول پہلی بار جاپان میں کوریا کی راہ سے پہنچے اور ایک زبردست روحانی طاقت بن گئے۔ لیکن اسے وہ ہمہ جہت اور ہمہ گیر کامیابی حاصل نہیں ہوئی، جو مسیحیت کو یورپ میں حاصل ہوئی، جہاں اس کو عقیدے کا درجہ حاصل ہوا۔ ایک یہ وجہ بھی ہے کہ موجودہ دور کے جاپانی، ہندوستان کے ہندوؤں اور تبت

کے بد و ہوس کی طرح دوسرے جنم کے اس تہذیبی وقت کے مدور پیمانے کا پوری طرح قائل ہے جس کے تحت پیدائش کا سلسلہ ایک دائرے میں جاری رہتا ہے۔ جیسا کہ پروفیسر بیلون نے کہا ان کا نظریہ زیادہ غیر مذہبی اور حقیقت پسندانہ ہے۔

ما کی مونو ٹائم (وقت کا پیمانہ، وا کی مونو کے نظریے کی رو سے)

خاکہ نمبر ۳ میں جاپان کے تہذیبی وقت کو واضح کرنے کی کوشش کی گئی ہے۔ یہ خاکہ تانا بے ہانجی (Tanabe Hajime ۱۹۶۲ء-۱۸۸۵ء) کی تصنیف ”تاریخی حقیقت“ (Historical Reality) سے ماخوذ ہے۔ پروفیسر تانا بے کیوٹو یونیورسٹی میں پڑھاتے تھے۔ وہ مغربی فلسفے اور مشرقی افکار دونوں کا گہرا علم رکھتے تھے۔ تانا بے کا کہنا ہے کہ تاریخی وقت کا سانچہ (میری اصطلاح میں جاپانیوں کے لئے تہذیبی وقت) لکیر کی طرح سیدھا، یعنی طبعیاتی وقت کے مطابق نہیں بلکہ یہ پیچ دار ہے جس کے پیچ کھلتے جاتے ہیں۔

خاکہ نمبر ۳ میں جو نمونہ پیش کیا گیا ہے، وہ ما کی مونو کا وقت کے بارے میں تصور ہے۔ یہ ماخوذ ہے ما کی مونو کی ایک تصویری کہانی سے، یہ ایک کاغذ پر تحریر ہے جسے لپیٹ کر رکھا جاتا ہے۔ وقت کے بارے میں تصورات کو سمجھنے میں ان اسالیب کی ایک تمثیلی اہمیت ہے جو خاصے دور رس نتائج کی طرف اشارہ کرتی ہے۔ مغرب میں وقت کا جو لکیری تصور ہے، اس کے مطابق ماضی وہ ہے جو گزر چکا اور تمام ہو چکا، وہ عصری سماجی زندگی کی رسائی سے بہت دور ہمیشہ کے لئے کالعدم ہو چکا، اب یہ واپس نہیں آئے گا۔ اس طرح مستقبل وہ ہے جو ہماری پہنچ سے اور ہمارے علم سے ماروا کہیں بہت دور واقع ہے۔

لیکن وقت کا وہ اسلوب جو ما کی مونو سے منسوب ہے، اس کی رو سے ماضی وہ نہیں، جو ہمیشہ کے لئے کالعدم اور ناپید ہو چکا بلکہ ماضی اس وقت بھی حال کے اندر موجود ہے۔

ایک اوسط درجے کے جاپانی کے نظام فکر میں اس کے مذہبی اور انسانی رویے میں یہ خیال شامل ہے کہ مردہ بزرگوں کی ارواح سال میں ایک بار ضرور واپس آتی ہیں۔ موسم گرما کے وسط میں بون (bon) کے موقع پر جو بدھ مت کے ماننے والوں میں مردوں کا تہوار ہوتا ہے تمام روحوں اپنے وارثوں کے خاندانوں میں واپس آتی ہیں۔ ان کے ساتھ کھانے پینے میں شریک ہوتی ہیں اور ہنسی خوشی گھرانہ ایک بار پھر دیکھنے میں آتا ہے۔ روحوں ہمیشہ قریب ہی موجود ہوتی ہیں اور اپنی اولاد کو آفات سے بچاتی ہیں۔ جاپان کے لوگوں کا خیال ہے کہ ماضی حال کے ساتھ مربوط اور ان کے اندر موجود رہتا ہے۔ اس طرح وہ یہ سوچنا بھی نہیں چاہتے کہ مستقبل معاصر انسانی زندگی سے بہت دور اس کی رسائی سے باہر اور اس کے علم اور ارادے سے بلند تر کوئی چیز ہے۔ اگرچہ ایک خدا پر عقیدہ رکھنے والے تسلیم کرتے ہیں کہ مستقبل خدا کے ہاتھ میں ہی ہے لیکن ایک اوسط جاپانی باشندہ اس طرح بھی سوچتا ہے کہ مستقبل کو کھینچ کر اسے حال سے جوڑا جاسکتا ہے اور انسانی کوششوں کے نتیجے میں اس پر قابو پایا جاسکتا ہے۔ مستقبل ایسا ہی ہے جیسے دور آسمان میں اڑتی ہوئی پتنگ، ڈور لپیٹ کر اس پتنگ کو زمین پر لانا ممکن ہے۔

یہی بات پروفیسر بیلون نے کہی۔ انہوں نے بتایا کہ جاپانی لوگ یہ باور کرانے کی کوشش کرتے ہیں کہ مستقبل زمانہ حال کی ہی توسیع ہے۔ جاپان میں تہذیب انسانی کے ماہروں نے بزرگوں کو اپنے بچوں پر غیر معمولی شفقت اور محبت نچھاور کرتے دیکھ کر اس کی توجیہ یہ کی ہے کہ دراصل ان کے تحت الشعور میں یہ احساس موجود ہوتا ہے کہ یہ بچے ان کے آباؤ اجداد ہیں جو نئے قالب میں پیدا ہوئے ہیں۔

جاپان کے تہذیبی وقت کے مطابق زمانہ ماضی، حال کی جانب سفر کی حالت میں رہتا ہے اور مستقبل بھی حال کے ساتھ پیوست ہوتا ہے۔ فلسفے کی زبان میں یوں کہہ سکتے ہیں کہ ماضی اور مستقبل دونوں بیک وقت حال میں موجود ہوتے ہیں۔ خاکہ نمبر ۳ میں یہی تصور پیش کیا گیا ہے۔ ماضی اور مستقبل دونوں حال کی طرف حرکت کرتے ہیں اور ایک دوسرے سے اس طرح آکر ملتے ہیں جیسے مخالف سمت سے آنے والے دو چشمے ایک دوسرے کے ساتھ مدغم ہو جاتے ہیں۔ مغربی ممالک کی کتابوں میں یہ دیکھا گیا ہے اور نجی خط و کتابت میں بھی اس کا اظہار ہوتا ہے کہ مصنف یا لکھنے والا ماضی حال اور مستقبل کو الگ الگ بیان کرتا

ہے۔ وقت کا دورانیہ بیان کرتے وقت، ہر زمانے کو الگ باب میں یا الگ پیرا گراف میں جگہ دی جاتی ہے۔ لیکن جاپان کی پرانی کتابوں اور مراسلوں کو دیکھیں تو معلوم ہوگا کہ ماضی کے واقعات، حال میں رونما ہونے والی کیفیت اور مستقبل میں درپیش ہونے والی صورت حال، ان سب کو ایک ہی طویل اور مربوط عبارت میں قلم بند کیا گیا ہے۔

وہ بہت سے لوگ جنہیں پہلی بار جاپان جانے کا اتفاق ہوتا ہے، خاص طور پر مغربی باشندے اور ایشیائی لوگ بھی ماضی اور حال دونوں زمانوں کو یکجا دیکھ کر بہت حیران ہوتے ہیں۔ البتہ جاپان والوں کے لئے یہ معمول کی بات ہے۔ جاپان آنے والوں کو جب یہ معلوم ہوتا ہے کہ یہاں روایتی تہذیب اور جدید ترین صنعتی طور طریقے دونوں عام لوگوں کی روزمرہ زندگی کا حصہ ہیں تو وہ بے ساختہ پکار اٹھتے ہیں کہ جاپان میں ماضی اور مستقبل دونوں پر امن بقائے باہمی کے تحت موجود ہیں۔ ماضی اور مستقبل دونوں ایک ہی پل میں حال کی طرف لپکتے ہیں اور بہم یوں مل جاتے ہیں، جیسے رقص کرتے ہوئے بگولے آ کر آپس میں ملتے ہیں۔

ایک دفعہ کا ذکر ہے، مجھے صنعتی جائزے کے لئے جمہوریہ چین (تائیوان) سے آنے والی ایک ٹیم کے ساتھ ایک فولاد ساز کارخانے کو دیکھنے کا اتفاق ہوا۔ چینی ٹیم کے ارکان نے جب یہ دیکھا کہ دنیا کی سب سے بڑی اور جدید ترین بھٹی میں جہاں دھات پگھلائی جاتی ہے، اس کی بلندی پر ششوعقیدے کا معبد تعمیر کیا گیا ہے تو وہ بے حد حیران ہوئے۔ انہیں حیرت اس بات پر تھی کہ جاپان کے مزدوروں کو بت پرستی کی اس قدیم روایت کی نشانی کو جدید ترین ٹکنالوجی کی پیشانی پر سجانے کا خیال کیسے آیا۔ مادہ پرست چینی قدیم اور جدید کے اس امتزاج کو سمجھنے سے قاصر تھے۔ میں نے کارخانے کے سپروائزر سے پوچھا کہ یہاں اس دیوی کو سجانے کا مقصد کیا ہے؟ اس نے جواب دیا ”یہاں ایک معبد تھا“ جس میں ششوعقیدے کی ایک مورتی تھی، جو زمانہ قدیم سے اس جگہ کی حفاظت کر رہی تھی۔ اس جگہ بھٹی کی تعمیر کے لئے ہم نے معبد کو گرا دیا لیکن مورتی اس مقام پر لا کر رکھ دی ہے، ہر روز کام شروع کرنے سے پہلے ہم اس مورتی کے آگے دعا مانگتے ہیں تاکہ وہ ہماری حفاظت کرے، یہ اس کی مہربانی ہے کہ جب سے اس بھٹی نے کام شروع کیا ہے، یہاں ایک بھی حادثہ نہیں ہوا۔“

حالانکہ جاپانیوں کا رجحان زیادہ تر بدھ مت کی طرف ہے، لیکن ان کے مذہبی

عقیدے میں بت پرستی بھی شامل ہے۔ وہ بدھ مت کی آمد سے پہلے سے یہاں کے بتوں کی پرستش کرتے آئے ہیں، چنانچہ بتوں کی پرستش آج بھی ان کے عقائد کا حصہ ہے۔ روحانی وجود، یعنی سورائی (Surei) اور فولا دی بھیٹی کی حفاظت کرنے والی مورتی، یہاں کے لوگوں میں کامی (Kami) یا کی ساما (Kamisama) کے نام سے مشہور ہیں۔ (ان کا ترجمہ اکثر ”مورتیوں“ اور ”دیوتاؤں“ وغیرہ کیا جاتا ہے، لیکن انہیں یونانیوں اور بت پرست مذاہب کے دیوی دیوتاؤں میں شامل نہ کیا جائے)

جاپان غالباً وہ واحد ترقی یافتہ صنعتی ملک ہے، جہاں کی آبادی اب تک زمانہ قدیم کے مذہبی عقائد کو اپنے سینوں سے لگائے ہوئے ہے۔ بیشتر تہذیب یافتہ اقوام میں اگر کبھی مظاہر فطرت کی پرستش مذہبی عقیدے کا جزو تھی، تو بعد میں انہوں نے کسی ”بڑے“ عالمی مذہب مثلاً مسیحیت، اسلام یا بدھ مت کو اختیار کیا اور پرانے عقائد رد کر دیے۔ حالانکہ بدھ مت اور مسیحیت کو جاپان میں فروغ حاصل ہوا، لیکن یہ نہیں ہوا کہ ساری آبادی نے کوئی ایک عقیدہ اختیار کر لیا ہو اور باقی رد کر دیے ہوں۔ نئے مذاہب اور قدیم بت پرستی یعنی ”کامی“ کے درمیان ایک عجیب سی مفاہمت پیدا کر لی گئی۔ جاپان میں قدیم ماضی بھی حال کے اندر ایک متحرک طاقت کے طور پر موجود ہے۔ اگر جاپانی طرز کی انتظامیہ اور یہاں کے انتظامی معمول کو سمجھنا ہو تو اس متحرک طاقت کے عمل کو سمجھنا ضروری ہوگا۔

میں نے بہت سے غیر ملکی عالموں کے ساتھ کیوٹو کے گرد و نواح کا دورہ کیا ہے۔ میں نے قدیمی دار الحکومت کے جنوبی مضافات میں فیوشیمی اناری (Fushimi Inari) کے معبدوں سے ان لوگوں کو بھی بے حد متاثر ہوتے دیکھا جنہیں بدھوں کے مشہور مندروں سے چنداں دلچسپی نہیں تھی حالانکہ چین کی سرح چو بی عمارت کا تعلق پندرہویں صدی سے ہے، لیکن اس کی دیکھ بھال بہت اچھی طرح کی گئی ہے اور اسے دیکھ کر یوں لگتا ہے، جیسے ابھی کل ہی تعمیر ہوئی تھی۔ معبد کی مورتی اناری پہلے دھان کی کاشت سے منسوب کی جاتی تھی۔ پھر کسی زمانے میں بدھ مت کے شنگن (Shingon) فرقے نے اسے حفاظت کرنے والی دیوی کا درجہ دے دیا اور اس کی یہ حیثیت آج بھی برقرار ہے۔ تیرتھ کے لئے یہاں ہر سال آنے والے جاپانیوں کی تعداد کو شمار کیا جائے تو فیوشیمی اناری کے معبد کا نام پہلے یا دوسرے نمبر پر آتا ہے۔ معبد کی اصل عمارت کی پشت پر پہاڑ واقع ہے اور شنتو کا بڑا دروازہ ایک

خاص طرز کا بنا ہوا ہے، جس پر جاپان بھر سے عطیہ دینے والوں کے نام لکھے ہوئے ہیں۔ بیرونی دروازے سے پہاڑ کی بلندی تک واقع معبد کا راستہ سینکڑوں بلکہ ہزاروں درختوں سے بھرا ہوا ہے۔ یہاں عبادت کے لئے آنے والے افراد معبد کے اندر تک پہنچنے کے لئے اسی پیچیدہ سرنگ سے گزرتے ہیں۔ سڑک کے ساتھ، چھوٹے اور ذیلی نوعیت کے معبد بھی ہیں جو پتوں کی طرح بکھرے ہوئے ہیں، ان میں سے ہر معبد موم بتی کی روشنی میں اپنی چمک دمک دکھاتا ہے۔ بہت سے عقیدت مند عبادت کی غرض سے اپنی جگہ پر رک جاتے ہیں۔ میرے ایک غیر ملکی دوست نے یہ منظر دیکھا تو بولا: میں نے تو سنا تھا کہ جاپانی لوگ مذہبی نہیں ہوتے، لیکن یہ بات پوری طرح صحیح نہیں لگتی۔ عام لوگوں کے قدیمی طور طریقے اب بھی ایک معنی رکھتے ہیں۔

جنوبی کوریا میں مظاہر فطرت کی پرستش

کیا قدیمی لوک عقیدے جنوبی کوریا کے معاشرے میں اب بھی بہت مستحکم ہیں؟ یہ سوال ہمارے موضوع سے بہت قریب ہے، کیونکہ کوریا جاپان کا ہمسایہ اور تہذیبی لحاظ سے اس سے بہت قریب ہے۔ اگرچہ جنوبی کوریا کے بعض دیہی علاقوں میں مظاہر فطرت کی پوجا کرنے والے اب بھی موجود ہیں لیکن سرکاری سطح پر اس طرح کے عقیدوں کو عامیانہ بت پرستی کہا جاتا ہے۔ تعلیم یافتہ کوریائی اسے تو ہم پرستی قرار دیتے ہیں اور ایسی پوجا پاٹ کم از کم کھلے عام نہیں کرتے۔

ی (Yi) خاندان کے حکمرانوں نے (1392-1910) کنفیوشس کے فلسفے کو ریاست کا مذہب قرار دیا اور پرانے لوک عقیدوں کو دبا دیا۔ علماء نے بھی بدھ مت پر جارحانہ تنقید کی، جس کا اس ملک میں کوئی ایک ہزار برس تسلط رہا (خود جاپان میں بھی ٹوکو گاوا (Toku Gawa) حکمرانوں کے عہد (1600-1867) میں کنفیوشس کے فلسفہ اقدار کو مذہبی تعلیم کا لازمی جزو بنا دیا گیا، لیکن شنتو عقیدے کو اور بدھ مت کو کبھی دبا یا نہیں گیا)۔ کنفیوشس نے دیوتاؤں کے وجود سے اور ایسے مافوق الفطرت مظاہر سے جو ارواح کے عمل سے پیدا ہوتے ہیں، صریحاً انکار کیا اور انسان کو ایک عقیدے کا پابند کیا۔ اس عقیدے کے پھیلنے سے بودھوں کے بتوں اور زمانہ قدیم کی مورتیوں کا کوریا سے خاتمہ ہو گیا۔

کوریاء کے متعدد طبقات نے اور خاص طور پر یانگ بان (Yang Ban) طبقے نے انیسویں صدی تک لوک مذہب پر سخت حملے کئے اور اس باب میں خود کو کنفیوشس کے عقیدت پرست فلسفے کا، جو ان کے ملک میں چین سے آیا تھا، ایک خود آگاہ وارث سمجھا۔ ان دنوں جنوبی کوریاء کے دانش ور، جو یانگ بان کے وارث ہیں، فطرت پرستی کے پرانے عقیدت کا نام حقارت سے لیتے ہیں اور اس کے وجود کو بس اس حد تک تسلیم کرتے ہیں کہ ”ممکن ہے کہیں کہیں دیہات میں ان پڑھ کسان اس طرح کی پرستش چھپ کر کرتے ہوں۔“ لیکن جیسا کہ ہم نے دیکھا، جاپان میں حقیقت وہی ہے جو اس کے برعکس ہے۔ کارخانوں میں بت پرستی کے لئے چھوٹے چھوٹے معبد بنے ہوئے ہیں، جہاں ان کی محافظ مورتی براجمان ہوتی ہے اور ان کے ساز و سامان اور جملہ سہولتوں کی نگرانی کرتی رہتی ہے۔ جب کسی تقریب کا موقع آتا ہے تو دفتر کی بالائی منزل کی چھت پر کمپنی کے صدر خود موجود ہوتے ہیں اور ”اناری“ معبدوں میں آراستہ سرخ مورتیوں کے روبرو تقریب کی صدارت کرتے ہیں۔ مذہبی رسوم کی ادائیگی میں ایسا بھی ہوتا ہے کہ شہر کی مصروف ترین شاہراہوں پر عین دوپہر کے وقت جلوس نکالا جاتا ہے، تاکہ پرانے دیوتاؤں کو خراج عقیدت پیش کیا جائے۔

سماجی رسوم و رواج کی ادائیگی میں بھی کوریاء اور جاپان کے باشندوں کے رویے ایک دوسرے سے بہت مختلف ہیں۔ کوریاء والے قدیم رسوم و رواج کی طرف آسانی سے مائل نہیں ہوتے۔ جب انہوں نے قدامت کو رد کرنے کا فیصلہ کر ہی لیا تو ان میں ایک رجحان، پرانی تہذیب کو یک قلم مسترد کرنے کا پیدا ہو چکا ہے۔ وہ عناصر جن کی حفاظت کی جانی چاہیے اور وہ بھی جو اپنی افادیت پوری کر چکے ہیں ان سب کو منسوخ کر دیا گیا۔ وہی مثال ہوئی کہ پانی کے ٹب میں بچے کو غسل دینے کے بعد کواچھال دو چاہے اس کے ساتھ بچہ بھی جائے۔ جاپانیوں نے نئے اور پرانے دونوں تہذیبی رویوں کو قبول کیا ہے اور انہیں اپنی تاریخی وراثت میں خوبصورتی کے ساتھ سمولیا ہے۔ یہاں دونوں تہذیبوں کا امتزاج پایا جاتا ہے۔ ہم اہم روایات کو رد نہیں کرتے، چاہے وہ بیش قیمت ہوں یا بے مصرف۔ ہمارا معاشرہ ایک عجائب گھر کی طرح ہے جس میں پرانی اور متروک روایتیں بھی نظر آ جاتی ہیں۔ ہم ماضی کی تجدید کر کے اسے آئندہ کے لئے محفوظ کر دینا چاہتے ہیں۔

سیاست اس کی ایک اچھی مثال ہے۔ شہنشاہیت کا ادارہ کم از کم چھٹی صدی

عیسوی سے یہاں موجود ہے۔ پھر انیسویں صدی میں آکر مغربی جمہوریت کی طرز پر شہنشاہت کے ساتھ پارلیمانی جمہوریت کو جوڑ دیا گیا۔ اب شہنشاہ بیک وقت دو منصب پر فائز ہوا۔ ایک طرف سے وہ پیشوا ہے مقامی مظاہر فطرت کے پرستاروں کا، اور دوسری جانب مغربی طرز جمہوری ریاست کا سربراہ بھی ہے۔ اب یہ نمونہ پیر جاپانی کلچر کا اعجاز ہے کہ دو مختلف شکلیں بیک وقت برسر عمل ہیں۔ ایشیا یا افریقہ میں کہیں بھی کوئی دوسرا معاشرہ جدت اور قدامت کو اس طرح ایک دوسرے کے ساتھ جوڑنے میں کامیاب نہیں ہوا۔ جاپانی طرز کی انتظامیہ بھی ایسی ہی ہے، یعنی اس میں بھی مختلف عناصر کو ایک ساتھ ملا کر چلانے کی صلاحیت ہے۔ اس کا سبب وہی وقت کا تہذیبی پیمانہ ہے، جس کے تحت ماضی اور مستقبل دونوں بیک وقت اور خوش اسلوبی کے ساتھ زمانہ حال کے ساتھ جڑ جاتے ہیں۔ وہ نوجوان جو شنتو معبد کی شبیہ اٹھائے خوشی خوشی چلا جا رہا ہے اور جو ایک نامعلوم دیوتا کے ساتھ گہری عقیدت رکھتا ہے، حالانکہ شاید وہ اس دیوتا کا نام بھی نہ جانتا ہو، گلی سے گزرتا ہوا یہی نوجوان کسی کمپنی کا ایک جونیئر افسر ہے اور ایک جدید ترین کمپیوٹر پر بری طرح فریفتہ ہے یا صنعت میں کسی اختراع کا موجد ہے۔ اس کے وجود کا ایک حصہ ماضی قدیم میں پیوست ہے اور دوسرا حصہ مستقبل پر نظریں جمائے ہوئے ہے۔

وقت کے بارے میں ماکی مونو کا پیمانہ اور اس کا اثر لیکر (Lacquer) کی برتن سازی پر: وقت کے بارے میں ماکی مونو کا یہ تصور کہ ماضی اور مستقبل دونوں مخالف سمتوں سے سفر کرتے ہوئے حال میں آکر مل جاتے ہیں۔ ہماری مصنوعات پر بھی اثر انداز ہوتا ہے۔ مثلاً لکڑی کی دستکاریاں، جن پر دھات کا پانی چڑھایا جاتا ہے، ایک طویل زمانے سے جاپان کی خوبصورت دستکاریوں میں شمار ہوتی آئی ہیں۔ لفظ جاپان (Japan) کے معنی ہیں ایک سخت قسم کا لیکر یا وارنش جس کی بدولت لکڑی کی چیز نفیس اور چمک دار بن جاتی ہے اور گھر میں سجاوٹ کے کام آتی ہے۔ لیکر کی برتن سازی کا یہ روایتی طریقہ سخت محنت کا تقاضا کرتا ہے۔ اس فن میں مہارت حاصل کرنے میں کئی سال لگ جاتے ہیں۔ اسے سیکھنے کی مدت گزرنے کے بعد ہاتھوں پر لیکر کا اثر باقی نہیں رہتا لیکن ہاتھ اس طرح کالے پڑ جاتے ہیں جیسے آگ میں جھلس گئے ہوں۔ جاپان میں ساحل سمندر کے قریب نوٹو (Noto) کے سطح

مرتفع (Ashi Kawa Perfecture) پر واجیما (Wajima) کے لیکر والے برتن بہت مشہور ہیں۔ جب برتنوں پر لیکر (Lacquer) کی طمع سازی کا وقت آتا ہے تو کاریگر محض اس خیال سے کہ لیکر میں گرد کا کوئی ذرہ شامل نہ ہو جائے اور اس کی نفاست میں فرق نہ آجائے، کشتیوں میں بیٹھ کر گہرے سمندر میں چلے جاتے ہیں اور وہاں اپنا کام کرتے ہیں۔ بعض اوقات بھرے جاڑوں میں، جب سرد ہوا میں تیر کی طرح بدن کو آ کر لگتی ہیں، کاریگر اپنا کام کمال احتیاط سے سمندر میں جہاں گرد کا امکان ہی نہیں رہتا انجام دیتے ہیں۔ لیکر کے برتنوں کے قدردان اگر یہ جان لیں کہ ان کو بنانے میں کتنی اذیت سے گزرنا پڑتا ہے تو وہ ان کی خوبصورتی سے لطف اندوز ہونا چھوڑ دیں۔ اس وقت انسانی ہمدردی کا تقاضا یہ ہوگا کہ یہی برتن کسی اور محفوظ اور آسان مسالے سے بنائے جائیں۔ اس کے بعد تو یہی ہوگا کہ یہ دستکاری ختم ہو جائے گی اور لیکر کے برتن عجائب گھر کی الماریوں میں ہی نظر آئیں گے جو زبان حال سے گزرے ہوئے زمانے کے ماہر کاریگروں کے انتہائی محنت طلب فن کی گواہی دیں گے۔

لیکن آپ ڈریں نہیں۔ جاپان کے کاریگروں نے جو وقت کے مافیہ تکمیل پر سچائی سے کاربند ہیں، یعنی اس عقیدے پر کہ ماضی اور مستقبل دونوں حال میں موجود ہیں، اپنے فن کو زندہ رکھنے کا طریقہ نکال لیا ہے۔ چھوٹے اور مقامی کارخانہ داروں نے، جن پر اس ہنر کا دارومدار ہے، صنعتی روباوٹ استعمال کرنے شروع کر دیئے ہیں۔ اب کاریگروں کو زہر میں ہاتھ ڈبونے کا خطرہ نہیں رہا۔ گرد سے پاک کمروں میں رات دن کے چوبیس گھنٹے برتنوں پر لیکر (Lacquer) کی طمع سازی کا کام ہوتا رہتا ہے۔ اس کی خوبصورتی اور رعنائی میں کوئی فرق نہیں آتا۔ لیکر کے برتن ہمیشہ کی طرح نفیس اور خوبصورت ہوتے ہیں۔ اب آپ یہ دیکھئے کہ ایک روایتی ہنرمندی کو جدید ریاست کی ہنرمندی کے ساتھ کتنی کامیابی سے جوڑ دیا گیا ہے۔

چوب کاری کا فن اس سلسلے میں ایک دوسری مثال ہے۔ ٹاکاٹو (Takato) میں جو ایک زمانے سے لکڑی کے کام کی صنعت کے لئے مشہور ہے، کمپنیاں لکڑی پر کٹائی کے نازک کام کی خاطر لیزر کی توانائی استعمال کرتی ہیں۔ وہ افراد جنہوں نے یہ حساس ٹکنالوجی استعمال کی ہے، ترقی یافتہ صنعت کے شعبوں کے اندر وہ کسی اعلیٰ درجے کی کارپوریشن کے

سرکردہ افراد نہیں۔ وہ نہایت قدامت پسند شعبوں کے اندر، چھوٹے چھوٹے کاروبار چلانے والے افراد ہیں۔ جاپان کے صنعت کاروں کا طریقہ یہ ہے کہ وہ کسی پرانی چیز کو جو واقعی بہت پرانی ہوتی ہے، مستقبل میں روبہ عمل آنے والی کسی چیز کے ساتھ جوڑتے ہوئے، اسے زمانہ حال کے ساتھ ملا دیتے ہیں۔ یہ وقت کے مافیہ کی طرح کا کرشمہ ہے کہ وہ مستقبل کو حال سے ملا دیتے ہیں، جس میں کسی طرح کی منفعت پوشیدہ ہوتی ہے۔ مغرب کے محنت کشوں نے اکثر جدید ٹکنولوجی کے خلاف شدید مزاحمت کی ہے، صنعتی انقلاب کے زمانے میں، جب برطانیہ میں لڈائٹ تحریک (Luddite movement) چلی تو مزدوروں نے نئی مشینوں کو توڑ پھوڑ ڈالا، اور یہ تو ابھی حال کی بات ہے کہ برطانیہ کی لیبر یونینوں نے روبوٹ کے استعمال کی مخالفت کی۔ 1987ء میں جب ایک نامور پبلشر روپرٹ مرڈوک نے طباعت کے شعبے میں کمپیوٹر ٹکنولوجی کو متعارف کرایا تو تقریباً ساڑھے پانچ ہزار مزدوروں نے اس کے خلاف ہڑتال کر دی۔ تنازعہ یہاں تک بڑھا کہ تشدد کی لہر چل پڑی گولیاں چلیں اور آتش زنی کا بھی اندیشہ پیدا ہوا۔ جاپان میں ایسی کوئی بات نہیں ہوئی حالانکہ مغرب کی لیبر تحریک کے زیر اثر یہاں بھی مزدوروں نے تھوڑی سی مزاحمت کی۔ جاپان میں یہاں کی روایتی صنعتوں اور مزدوروں کی جانب سے نئی مشینوں کے خلاف مزاحمت کیوں نہیں کی گئی؟ اس کی بہت سی توجیہات پیش کی جاسکتی ہیں، لیکن میرا خیال ہے کہ سب سے زیادہ معقول دلیل یہی اس ملک کی تہذیبی روایات ہیں۔

ورڈ پروسیسنگ اور زبان

ورڈ پروسیسنگ وہ نئی ٹکنولوجی ہے جس کی مدد سے کسی عبارت کو تیزی کے ساتھ لکھنے اور سمجھنے میں مدد ملتی ہے۔ جاپانی زبان کے ورڈ پروسرس کو 1980ء کے ابتدائی برسوں میں رواج ملا۔ ٹکنولوجی نے روایت کا دفاع کس طرح کیا، اس کی ایک مثال ورڈ پروسیسنگ بھی ہے۔ ابتدا میں اگرچہ یہ مہنگا تھا، لیکن پھر اس کی قیمت تیزی سے گری اور اسے بڑے پیمانے پر قبولیت حاصل ہوئی۔ اسی کی مدد سے جاپانیوں نے ملے جلے رسم الخط پر ٹائپ رائٹر بنا لیا۔ جاپانی زبان کی تحریر میں چینی حروف بھی شامل ہیں، جن کے تلفظ میں دو طرح کی آوازیں پیدا ہوتی ہیں، یہ ہیں ہیراگانا (Hiragana) اور کاتاگانا (Katakana)۔ یہ

حروف بیسویں صدی میں چینی زبان سے درآمد کئے گئے، انہیں لکھا تو اسی طرح گیا، جیسے چین میں لکھا جاتا تھا لیکن جاپانی زبان میں آکر ان کا تلفظ بدل گیا۔ اس طرح چند صدیوں بعد جاپان میں دورس الخط رائج ہوئے۔ جاپانی زبان کے ہر ایک حرف (Kana) کے لئے تقریباً پچاس علامات ہیں اور ان کی کئی ہزار شکلیں رائج ہیں۔ چینی حروف (Kanaji) کے ساتھ مشکل یہ ہے کہ انہیں سمجھنے میں زبردست ذہنی مشقت سے کام لینا پڑتا ہے، البتہ موجب اطمینان بات یہ ہے کہ ایک بار انہیں ذہن نشین کر لیا جائے تو کام آسان ہو جاتا ہے، یہ الفاظ تصویروں کی طرح ہوتے ہیں جنہیں آسانی اور روانی سے پڑھا جاسکتا ہے۔ جاپان میں محکمہ ڈاک کے تجربہ کار کلرک، امریکی ڈاک کلرکوں کے مقابلے میں تین گنا تیز رفتاری کے ساتھ ڈاک چھانٹ لیتے ہیں کیونکہ ان کے حروف کو تیزی سے پڑھنا آسان ہوتا ہے۔ جاپانیوں اور کوریا کے لوگوں نے مخلوط رسم الخط کا جو طریقہ وضع کیا ہے، اس میں حروف کے ساتھ تلفظ کی علامتوں کو ہم ملا دینا ممکن ہو گیا ہے لیکن چینی حروف کی وجہ سے عبارت کو ٹائپ کرنا ممکن نہیں رہتا۔

حالیہ برسوں میں تعلیمی نظام میں جو تبدیلی آئی ہے، اس کی وجہ سے جاپان اور کوریا کے زیادہ تر نوجوانوں کے لئے چینی حروف کو یاد رکھنا اور لکھنا دشوار ہو گیا ہے حالانکہ پڑھنے کی حد تک اس میں کوئی دشواری نہیں ہوتی۔ حروف کی اوسط تعداد ہو تو متن کو پڑھنا کانا میں لکھی ہوئی عبارت کے مقابلے میں کہیں زیادہ آسان ہوتا ہے۔ بہر حال بہت سے نوجوان ہاتھ سے لکھنے کے مقابلے میں ورڈ پروسر استعمال کرتے وقت چینی حروف زیادہ استعمال کرتے ہیں۔ اس طرح 1970ء تک ڈاک کے پتے اور جاپان نیشنل ریلویز کے ٹکٹوں پر عبارت ”کانا“ رسم الخط میں کمپیوٹر سے چھاپی گئی۔ اب عبارت میں کیریٹر (علامتیں) استعمال ہوتے ہیں، جنہیں پڑھنا بہت آسان ہو گیا ہے۔

جاپان میں 1945-52ء تک اتحادی طاقتوں کے قبضے کے دوران میں جاپانی زبان میں اصلاح کی سنجیدہ کوشش کی گئی، یعنی یہ کہ زبان جس طرح لکھی جائے، اسی طرح پڑھی جائے۔ اصلاح کے دعویداروں کا تقاضا یہ تھا کہ زبان میں مکمل طور پر رومن رسم الخط رائج کیا جائے، کائجی یعنی چینی علامتیں ختم کر دی جائیں اور حرف کانا یعنی جاپانی علامتیں برقرار رکھی جائیں۔ قابض طاقتوں نے اگرچہ زبان میں اصلاح کو مد نظر رکھا، لیکن زیادہ اہم سبب

بہت سے جاپانیوں کا یہ اندیشہ تھا کہ مخلوط زبان کے استعمال سے ورڈ پروسسر میں اعداد و شمار کی ادائیگی محدود ہو جائے گی۔ ان کی دلیل یہ تھی کہ جب کمپیوٹر کا رواج عام ہو جائے گا اور ابلاغ کا ایک خود کار نظام آ جائے گا تو اسی وقت ایک مخلوط عبارت کو جس میں پیچیدہ قسم کی علامتیں موجود ہوں گی، پروسس کرنا، ناممکن ہوگا۔ ان مصلحین نے اس امر پر اتفاق کیا کہ چینی علامتیں ختم کر دی جائیں اور صرف جاپانی علامتیں استعمال کی جائیں، کیونکہ یہ جس طرح لکھی جاتی ہیں، ویسی ہی بولی جاتی ہیں۔ اس وقت مجھے خیال آیا کہ اب چینی علامتیں جاپانی زبان سے کلیتہً ختم ہو جائیں گی اور صرف جاپانی رسم الخط کی علامتیں باقی رہ جائیں گی۔ زبان اور رسم الخط میں یہ تبدیلی وقت کے عین مطابق اور ناگزیر نظر آنے لگی تھی۔

لیکن پھر یہ ہوا کہ ہماری ان امیدوں پر نہایت ہوشیاری اور ذہانت کے ساتھ پانی پھیر دیا گیا۔ کمپیوٹر میں مائکرو چپس (Micro Chips) کو اتنی ترقی دی گئی کہ اب ورڈ پروسسر انتہائی ترقی یافتہ شکل میں آ گئے جو ہزاروں چینی الفاظ کو اور دو تین شکلوں سے بننے والے مرکب الفاظ کو بھی صفائی سے ادا کرنے لگے۔ یہ ایسی کامیابی تھی کہ ٹائپ رائٹر بے حیثیت ہو کر رہ گئے۔ بالکل جس طرح چھوٹے روبوٹس کی مدد سے ”لیکچر“ کے روایتی ظروف کو عین وقت پر متروک ہونے سے بچا لیا گیا۔ اسی طرح مخلوط رسم الخط کی عبارت کو جس کا ترک کیا جانا بظاہر یقینی تھا سیکنڈ کنڈکٹر (Semiconductor) کی مدد سے کارآمد بنا لیا گیا۔ یہ دونوں تباہی کے دہانے تک پہنچ گئے تھے لیکن ان کا رشتہ مستقبل سے جوڑ دیا گیا اور ان کی زندگیاں بچالی گئیں۔ ٹھیک اسی طرح سیاسی میدان میں جاپان نے بادشاہت کے قدیمی ادارے میں حرکت و عمل کی ایک نئی روح پھونک دی۔ وہ اس طرح کہ اس نے مغرب کی پارلیمانی جمہوریت کو اپنے یہاں رائج کیا۔ (تاہم جس کلچر کی بنیاد دیہی طرز کی تنظیم پر ہے، اس پر سیاسی پارٹیوں کے نظام کو مسلط کرنے کا مطلب یہ ہوا کہ مقتدر اور مخالف پارٹیاں اگرچہ اصولی اعتبار سے مغرب کی سیاسی پارٹیوں ہی کی طرح کام کر رہی ہیں، لیکن عملاً حکمران پارٹی کے لیڈر اپنی بالادستی کے لئے اس طرح بے چین رہتے ہیں جس طرح دیہات کے چودھری قیادت حاصل کرنے کے لئے آپس میں دست و گریباں ہوتے ہیں)۔

مستقبل بطور ماضی

دی ڈیولز ڈکشنری (The Devils Dictionary) میں ایمبروز وینٹ (Ambrose Gwinnett) نے زمانہ حال کو ’لازوال وقت کا وہ جز قرار دیا ہے جو مایوسی کے منطق کو امید کے علاقے سے جدا کرتا ہے‘۔ یعنی حال مایوسی اور امید کے درمیان خط تقسیم کھینچتا ہے۔ جاپان میں اس کی تعریف کچھ یوں کی گئی ہے کہ ’زمانہ حال وہ وقفہ ہے جو ماضی کے منطق کا سرمستقبل کی دنیا کے ساتھ جوڑ دیتا ہے‘۔ حال کی حیثیت خط مستقیم کی ہی نہیں یہ ماضی کو مستقبل سے ملانے کا فریضہ انجام دیتا ہے۔ پروفیسر بیلون اور جاپان کے عہدیداروں کے درمیان اس سوال پر اختلاف رائے ہے کہ امریکہ اور جاپان کے مینجر صاحبان کے درمیان مستقبل کے بارے میں کون زیادہ سوچتا ہے؟ یہ ایک تصفیہ طلب مسئلہ تھا اور اس کے جواب کا اندازہ کرنا مشکل نہ تھا۔ پروفیسر بیلون ایک مغربی شخص ہیں، مسیحی ہیں اور وقت ان کے خیال کے مطابق ماضی سے مستقبل کی طرف ایک لکیر کی طرح سفر کرتا ہے۔ جاپان کی کمپنی کا صدر وقت کی گردش کو ایک دائرے میں دیکھتا ہے۔ یہ دونوں افراد ایک دوسرے سے مختلف تہذیبی وقت میں سانس لے رہے ہیں۔ مستقبل کے بارے میں دونوں کے تصورات بالکل متضاد ہیں لیکن دونوں فریقوں کے متضاد تصورات میں جو بنیادی مفروضے موجود ہیں، وہ ان سے خود بھی آگاہ نہیں۔

جاپان کے لوگ اس تہذیبی وقت کے مطابق سوچتے اور عمل کرتے ہیں، جو دوسرے معاشروں سے بنیادی طور پر مختلف ہے۔ ہم صرف حال میں رہتے ہوئے نہیں سوچتے (جیسا کہ پروفیسر بیلون سمجھتے ہیں)۔ ’اب‘ کے بارے میں ہمارا تصور گزشتہ اور آئندہ دونوں سے مل کر مرتب ہوا ہے۔ جی تو کمپنی کے مینجر نے یہ بات بہ اصرار کہی کہ جاپان میں مینجر صاحبان بڑی کاوش سے آئندہ پر نظر رکھتے ہیں۔ اس طرح کا تصادم جو مختلف تہذیبوں کے لوگوں میں پایا جاتا ہے کثیر القومی کارپوریشنوں یا مشترکہ کاروبار کرنے والے ان اداروں کے لئے ایک چیلنج بن جاتا ہے جن کے مالک الگ الگ تہذیبوں کے افراد ہوں۔ مثال کے طور پر جاپان اور امریکہ کے اعلیٰ عہدیدار اگر کوئی نہایت اہم نوعیت کی منصوبہ بندی کر رہے ہوں تو مستقبل کے بارے میں ان کی مختلف سوچ ان کے لئے خاصی

پریشان کن ہوگی۔ کیا سیدھی لکیر کی طرح تہذیبی وقت میں زندہ رہنے والے ایسے لوگ موجود ہیں، جن کو ماضی اور مستقبل دونوں سے کوئی واسطہ نہیں اور جو صرف اور صرف حال میں جی رہے ہیں؟ جی ہاں ایسے لوگ ہیں اور اس کی ایک نہایت اچھی مثال مشرق وسطیٰ کے ریگزاروں میں رہنے والے خانہ بدوش ہیں۔ یونان کے لوگ بھی زمانہ حال کے تہذیبی وقت میں سانس لے رہے ہیں۔ وہ بھی ہر وقت حال پر نظر رکھتے ہیں۔ یونان کے ایک سرکاری کتا بچے میں، جو قومی مزاج کی ترجمانی کرتا ہے، یہ لکھا ہے کہ یونانی صاف دل اور خوش باش لوگ ہوتے ہیں، جنہیں آرام، آسائش اور تفریح بہت پسند ہے اور جو حتیٰ الوسع تمام پریشانیوں سے بہت دور رہتے ہیں۔ اس کتا بچے میں لکھا ہے کہ جب یونانیوں کو کوئی ناخوشگوار صورت حال پیش آتی ہے تو ان کا فوری رد عمل یہ ہوتا ہے کہ اس سے کل بٹ لیں گے اور دل ہی دل میں یہ امید کرتے ہیں کہ کل کبھی نہیں آئے گا۔ اس کتا بچے کی رو سے جب کوئی زیر بحث مسئلہ درپیش ہو تو یہ لوگ تیزی سے کسی نتیجے پر پہنچنے کی بجائے اس مسئلہ کے پیچیدہ پہلوؤں پر غور کرنے میں زیادہ دلچسپی رکھتے ہیں بلکہ اس سے لطف اندوز ہوتے ہیں۔ یہاں آنے والے سیاحوں کو یقین دلایا جاتا ہے کہ جب بھی انہیں امداد کی ضرورت ہوگی تو گاؤں کے لوگ اپنا سب کام چھوڑ کر ان کی مدد کو آجائیں گے۔ اس کتا بچے میں عام لوگوں کو یہ بات نہایت تاکید کے ساتھ بتائی گئی ہے کہ بحیرہ روم کے ساحل پر بسنے والوں کے لئے وقت کی کوئی خاص اہمیت نہیں۔ حالانکہ یہاں بھی ملاقاتوں کے اوقات اور کام کے شیڈول مقرر کئے جاتے ہیں، لیکن ان کی پابندی کا چنداں لحاظ نہیں رکھا جاتا۔

یہ وضاحت ہے اس کلچر کی، جو وقت کے لکیری تصور پر قائم ہے اور جسے ”فی الوقت کلچر“ کہا جاسکتا ہے، یعنی جو کچھ توجہ کے قابل ہے، وہ ”اب“ ہے۔ یونانی طبعاً آرام طلب لوگ ہیں، وہ ماضی کے بارے میں سوچ کے افسردہ نہیں ہوتے اور مستقبل کے بارے میں سوچنا ہی نہیں چاہتے۔ وہ پوری تندہی کے ساتھ ”اب“ میں زندہ رہتے ہیں۔ اگر کوئی شخص کسی یونانی سے کسی معاملے میں پکا وعدہ لینا چاہے تو اس کا جواب ہوگا، جی ہاں۔ کل، لیکن امکان یہ ہے کہ ”کل“ وعدہ پورا نہیں ہوگا۔ اس طرح کے تجربات بہت سے جاپانی تاجروں کو عربوں کے ساتھ پیش آچکے ہیں۔ ٹوکیو کا کوئی بڑا عہدیدار اگر کسی عرب کے ساتھ دوسرے دن کی ملاقات طے کرے تو عرب کا فوری جواب ہوگا ”انشاء اللہ“۔ اس

میں یہ عذر شامل ہوتا ہے کہ ”بھلا کون کہہ سکتا ہے، کل کیا ہوگا“۔ جاپان کی کمپنیوں کے اعلیٰ عہدیدار یہ شکایت کرتے ہیں کہ ملاقات کا پروگرام ایک دن پہلے مقرر کرنے کے باوجود عرب اس کی پابندی کے معاملے میں محتاط نہیں ہوتے۔ پختہ وعدہ کرنے میں تاہل، لیت وعل کی ایک صورت ہو سکتی ہے، لیکن بالعموم اس سے وقت کی تہذیب کے سلسلے میں جاپانیوں اور عربوں کے درمیان فرق کا پتہ چلتا ہے۔ جاپانی یہ سوچتے ہیں کہ آئندہ کل کا تعین ہم ہی کرتے ہیں۔ عربوں کا عقیدہ یہ ہے کہ کل کا معاملہ قادر مطلق کے قبضے میں ہے، اس میں فانی انسانوں کا کوئی اختیار نہیں۔

اب کمپنیوں کے منیجر صاحبان کا مسئلہ یہ ہے کہ اپنے کاروبار میں منصوبہ بندی کو نظر انداز نہیں کر سکتے۔ اس طرح کے مبہم بیانات کہ ”کل کے بارے میں کوئی کیا کہہ سکتا ہے“ بے عملی کا جواز نہیں بن سکتے۔ خانہ بدوش اور صحرائی لوگ جو ماضی اور مستقبل کی پرواہ نہیں کرتے اور بڑی جرات کے ساتھ صرف حال میں زندہ رہتے ہیں، انتظامیہ کے جدید طریقوں کے مطابق خود کو ڈھالنے میں سخت دشواری محسوس کرتے ہیں۔ ان کے برعکس جاپانی اور امریکی اگرچہ مختلف تہذیبی وقت کے اندر رہتے ہوئے کام کرتے ہیں، لیکن چونکہ دونوں ہمیشہ مستقبل پر نظر میں جمائے رکھتے ہیں۔ اس لئے مال کی تیاری اور پیداوار میں اضافے کے لئے نئے سائنسی اور فنی طریقے استعمال کرتے ہیں۔ اپنے اس مزاج اور میلان کی بدولت انہوں نے بطور خود بہت محنت کی اور بڑی صنعتی طاقت بن گئے۔

جاپان، تائیوان اور جنوبی کوریا میں جو انتظامی حکمت عملی اختیار کی جاتی ہے، ان کے تقابل سے معلوم ہو جائے گا کہ مشرقی ایشیا کے یہ ممالک جو ”ٹائیگر“ (چیتے) کہلاتے ہیں، اس منطقہ کو متمول اور خوشحال بنانے میں کس طرح کامیاب ہوئے۔ حالانکہ میں نے تائیوان اور کوریا کے بہت سے سرمایہ کاروں اور انتظامی امور کے ماہروں کے رجحانات اور رویوں سے بحث کی ہے، جو وہ تہذیبی وقت کے بارے میں رکھتے ہیں، لیکن بد قسمتی سے میں کوئی ایسا کلیہ پیش نہیں کر سکتا جو ان تینوں ملکوں کے باشندوں کا احاطہ کرتا ہو۔ تاہم میں کسی قدر وثوق سے یہ کہہ سکتا ہوں کہ چین اور کوریا والوں کا تہذیبی وقت، اوپر بیان کردہ باشندوں اور جاپانیوں کے تہذیبی وقت پیش بینی سے نا آشنا ہے۔ ہندوستان (اور تبت کے باشندے بھی) مستقبل کے بارے میں مابعد الطبیعیات کے فلسفے کے زیر اثر ایک مختلف

ذہنی اور سماجی رویہ رکھتے ہیں، اس لئے وہ بھی صنعتی ترقی کے عمل میں بہت پیچھے رہ گئے۔ امریکیوں کے مزاج کا خاصہ یہ ہے کہ وہ مستقبل کو ماضی اور حال سے بالکل جدا سمجھتے ہیں اور اس کے امکانات کو الگ کر کے دیکھتے ہیں۔ جاپانیوں کا معاملہ یہ ہے کہ مستقبل کو ماضی اور حال ہی کی توسیع سمجھتے ہیں اور یہ کہ اب تک جو کچھ حاصل ہوا ہے، آئندہ اس کو بہتر صورت میں آنا چاہئے۔ امریکیوں اور جاپانیوں کے درمیان یہ جو اختلاف ہے، اس کے بہت دور رس نتائج سامنے آئے ہیں چنانچہ مغرب والوں کو جہاں تخلیق کا ریا ”موجد“ کہا جاتا ہے، جاپانیوں کو اصلاحی ذہن کا مالک سمجھا گیا ہے یعنی وہ موجود اشیا کو بہتر صورت میں پیش کرنے کی صلاحیت رکھتے ہیں، تاہم یہ دونوں ذہنی رویے اس تہذیبی اختلاف کے نتیجے میں پیدا ہوئے ہیں، جو ان اقوام کے تحت الشعور میں موجود ہیں۔

خلاقی بمقابلہ اصلاح کاری

جاپانیوں کے متعلق بالعموم یہ شکایت کی جاتی ہے کہ وہ ایجاد اور تخلیق کی صلاحیت نہیں رکھتے البتہ غیر ملکی مصنوعات کی نقالی خوب کرتے ہیں۔ اس بارے میں ایک نپا تلا عذر یہ پیش کیا جاتا ہے کہ جاپان ایک ترقی پذیر ملک ہے، چنانچہ مغرب والوں نے جو کچھ ایجاد کیا اور بنایا، جاپانیوں نے تیزی سے اس کی نقل کرتے ہوئے صنعتی ترقی کی دوڑ میں آگے نکلنا چاہا۔ حالانکہ میرے خیال میں اس کی توجیہ کچھ اور ہے اور وہ ہے، دونوں اقوام کا اپنا اپنا کردار۔ زیادہ صحیح بات یہ ہے کہ ہماری ہنرمندی، چیزوں کو بہتر بنا کر پیش کرنا ہے۔ فلسفے کی اصطلاح میں یہ تفریق ”تمثیلی“ اور ”حقیقی“ کی ہے۔ جاپانی، ”حقیقی“ پر زور دیتے ہیں۔ وہ تخلیق کی جستجو میں بلند پروازی سے کام نہیں لیتے اور کوئی چیز بالکل نئی ایجاد نہیں کرتے، اس کے برعکس ان کا رویہ حقیقت سے بہت قریب ہوتا ہے یعنی موجودہ اشیا کو بہت اچھی صورت میں بنا کر پیش کرنا۔ جاپانی ذرا ذرا سی ترمیم کے ساتھ اشیا کو متنوع انداز میں پیش کرنے کی صلاحیت سے مالا مال ہیں۔

اگر کبھی کسی چیز کی ہو بہو نقل تیار کرنے سے کام چل جاتا ہو تو بھی جاپانی اس سے مطمئن نہیں ہوگا۔ اصل چیز، خواہ باہر کی بنی ہوئی ہو یا اپنے ہی ملک کی، اس کے یہاں یہ عزم موجود ہوگا کہ اس چیز میں ترمیم کر کے اسے بہتر ضرور بنائے۔ اگر کسی نقال نے کوئی اچھی چیز

یا اصل کے قریب قریب اچھی چیز بنالی ہو تو وہ اپنی اس کامیابی سے مطمئن ہو رہے گا، لیکن جاپانی نہیں۔ جاپانی کئی صدیوں سے مختلف مصنوعات میں ترمیم و اصلاح کر کے انہیں بہتر شکل دیتے آئے ہیں۔ ان کے اس رجحان میں کاروباری منفعت سے زیادہ فی مہارت کو تکمیل کے آخری مرحلے تک پہنچانے کا جذبہ شامل ہوتا ہے۔

جاپان میں جدید فوجی سائنس کا آغاز سولہویں صدی عیسوی کے وسط میں ہوا۔ یہی زمانہ تھا جب یہاں پہلی بار پرتگالی بندوقیں متعارف ہوئیں۔ ایک ہی سال کے اندر جاپانیوں نے پرتگالی بندوقوں کے نمونوں پر دو بندوقیں بنالیں۔ پھر دس ہی سال کے اندر ملک میں نہ صرف ضرورت کے مطابق بندوقیں تیار کی جانے لگیں، بلکہ اصل نمونوں کے مقابلے میں کہیں بہتر بندوقیں ہمسایہ ملکوں کو برآمد کی جانے لگیں۔ معلوم ہوا کہ جاپانی کاریگر بہتر لوہا استعمال کرتے تھے، اس طرح ان کی بندوقوں کی نالیاں مسلسل داغنے کے باوجود پھٹتی نہیں چنانچہ آج یہاں دفاعی افواج کے لئے تیار کردہ ٹینک اور حساس قسم کے اسلحہ جات، کسی بھی ملک کے اسلحہ سے کم تر معیار کے نہیں۔ جاپان میں جب سولہویں صدی کے اندر پرتگال سے تاش کی گڈیاں درآمد کی گئیں، تو یہاں فوراً ان کی نقل تیار کی جانے لگی۔ اس کے لئے بہتر درجے کا کاغذ استعمال ہونے لگا اور جاپان کی ترجیحات کو سامنے رکھتے ہوئے تبدیلیاں کی گئیں۔ اب آج کل فنکارانہ نوعیت کا مواد اور فنی اسلوب ہر معاملے میں بروئے کار لائے جا رہے ہیں، مثلاً کرنسی نوٹوں کی تیاری میں، جنہیں 1984ء میں رائج کیا گیا تھا۔

دوسری عالمی جنگ کے بعد جاپانیوں نے پہلی بار بہت سی غیر ملکی مصنوعات کا چربہ تیار کیا اور بڑے پیمانے پر انہیں بنانا شروع کر دیا۔ ہر معاملے میں ہماری کمپنیوں کی دلچسپی اس بات سے تھی کہ محض نقل تیار نہ کریں، بلکہ اصل چیز کو بہتر بنا کر دکھائیں۔ یہ بات آج بھی اتنی ہی درست ہے۔ جاپانی میں پلاسٹک کی مصنوعات کا ایک ماہر یا ساڈاؤ (Yuasa Sadao) ہے، اس نے اوٹا (Utah) یونیورسٹی میں ایک مصنوعی دل کو تیار ہوتے ہوئے دیکھا۔ بعد میں جاپان کے ایک سائنسی جریدہ کاگاواساہی (Kagaku Asahi) کے حوالے سے اس کا یہ بیان سننے میں آیا کہ میں آسانی سے اس کی اصلاح کر سکتا ہوں اور اس سے بہتر دل بنا سکتا ہوں۔ مختصر یہ کہ جاپان کے دستکار اصل چیز کو ترمیم و

اصلاح سے بہتر بنانے میں ہمہ تن مصروف رہتے ہیں۔ اختراع کا یہ زبردست جذبہ جاپانیوں میں کہاں سے آیا؟ میں اس کی توجیہ اس طرح کروں گا کہ یہ جاپان کے تہذیبی وقت کا کرشمہ ہے، یعنی یہ احساس کہ قدیم کو برقرار رکھا جائے اور اس میں نئی توانائی شامل کر کے، تحفے میں آئندہ نسلوں کے حوالے کیا جائے۔

1940ء کی دہائی کے آخری برسوں میں امریکہ کے ماہر طبیعیات ولیم شوکلی (William Shookley) نے ٹرانزسٹر ایجاد کیا۔ اس ایجاد پر اسے 1956ء میں طبیعیات کا نوبل انعام دیا گیا۔ 1950ء کی دہائی کے آخری برسوں میں عام ریڈیو کی جگہ ٹرانزسٹر مقبول ہونے لگے۔ امریکیوں نے ٹرانزسٹر کو فوراً خلائی تحقیق، فوجی مواصلات اور اسلحہ سازی میں استعمال کرنا شروع کر دیا۔ وقت کے لکیری پیمانے کی رو سے، جو ان کی نفسیات میں شامل ہے، ان کی نظریں مستقبل پر لگی ہوتی ہیں۔ لہذا فطری طور پر ان کا دھیان ٹرانزسٹر کے دوسرے استعمال کی طرف گیا، یعنی اس کی بدولت زمین سے بلند ہوتے ہوئے نظام شمسی کی تحقیق اور نئی کائنات کی دریافت کو ممکن بنایا جاسکے۔ وقت کے بارے میں جاپانیوں کا تصور ماکو موکو کہلاتا ہے، یعنی ماضی، حال اور مستقبل بہم جڑے ہوئے ہیں، چنانچہ انہوں نے ٹرانزسٹر کا دوسرا استعمال سوچا، یعنی یہ کہ اسے چھوٹے سے چھوٹا اور کم سے کم وزن کا بنایا جائے، تاکہ اسے آسانی سے ایک سے دوسری جگہ لے جایا جاسکے، جو ہر آدمی کی ضرورت اور سہولت کے مطابق ہو، اس کے لئے ضروری تھا کہ بہت بڑے پیمانے پر سستا اور بھروسے کے لائق ریڈیو بنایا جائے۔ جاپان کی صنعت صارفین کا یہ مطالبہ پورا کرنے کی صلاحیت رکھتی تھی چنانچہ اس کے بعد جو ہوا وہ ہماری نظروں کے سامنے ہے۔ 1954ء میں پہلے ٹرانزسٹر ریڈیو مارکیٹ میں آ گئے، اور 1965ء میں سونی نے ٹرانزسٹر کی طرز پر پہلا ٹیلی ویژن سیٹ بازار میں پہنچا دیا۔ اس کے بجائے امریکیوں نے ٹرانزسٹر کو ایک نہایت قیمتی اور مہنگا آلہ سمجھا اور اسے خلاء کے اسرار و رموز معلوم کرنے کے لئے استعمال کیا، جاپانیوں نے اسے سستا بنایا، اسے بڑے پیمانے پر تیار کیا اور گھریلو آلات کو ترمیم سے بہتر بنانے میں اس کا استعمال جاری رکھا۔ امریکہ اور جاپان دونوں جگہ ٹرانزسٹر کے استعمال کے بارے میں تصورات بالکل مختلف تھے۔ دونوں کی جداگانہ سوچ کے حوالے سے میں کوئی فیصلہ صادر نہیں کروں گا، لیکن اس کا یہ نتیجہ ضرور نکلا کہ جاپان کی کمپنیوں نے الیکٹرانک کی عالمی مارکیٹوں پر اپنا قبضہ جمالیا۔

سائنس کے شعبے میں جاپانیوں کی اس پیش قدمی کی وجہ سے امریکہ اور یورپ

کے ساتھ جاپان کا تجارتی تنازعہ پیدا ہوا۔ ٹرانزسٹر اور انٹگریٹڈ سرکٹ (Integrated Circuits) جب تک بڑے پیمانے پر ان دونوں کی تیاری شروع نہیں ہوئی تھی، ان کی قیمتیں زیادہ تھیں اور ان کے خراب ہو جانے کی شرح بھی زیادہ تھی۔ خیر، اسے قابل معافی سمجھنا چاہئے، اس صورت میں جب کہ تیار کنندگان صرف خلائی تحقیق جیسے اعلیٰ فنی شعبے اور حساس نوعیت کے جنگی ہتھیاروں کی تیاری میں اسے استعمال کر رہے ہوں، جیسا کہ امریکی کر رہے تھے۔ بہر حال تیار کنندگان اگر ٹرانزسٹر اور سیمنڈکٹر (Semiconductors) کو ریڈیو جیسے آلات کی تیاری میں استعمال کریں، جیسا کہ جاپانیوں نے کیا تو ان کے پرزوں کو بھروسے کے قابل اور سستا ہونا ہی چاہئے۔ اب مغربی ممالک کے صنعت کار یہ شکایت کرتے ہیں کہ ”جاپانی ہر طرح کا معیاری سامان تجارت بڑے پیمانے پر بنا دیتے ہیں، جس سے بازار میں ان کی قیمتیں گر جاتی ہیں۔“ ایسی اشیائے صرف کی مثالیں لاتعداد ہیں۔ مغرب کے صنعت کاروں کے پیش نظر خوش حال اور متمول صارفین کا طبقہ تھا، چنانچہ انہوں نے نہایت صناعی کے ساتھ محدود تعداد میں اشیائے صرف تیار کیں مثلاً جرمنی کے کیرے، سوئٹزرلینڈ کی گھڑیاں اور فرانس کے فیشن ایبل ملبوسات۔ جاپان کے صنعت کاروں نے یہی اشیاء عام لوگوں تک پہنچانے کے لئے بڑے پیمانے پر تیار کیں۔ چونکہ جاپانیوں کی سرشت میں ماکہ مونو کی تہذیبی اساس شامل ہے، جس کا سارا وقت قدیمی پیمانے سے جا ملتا ہے، لہذا یہ لوگ ایجاد کے مقابلے میں اختراع پسند واقع ہوئے ہیں، اور کوئی نئی چیز بنانے کے مقابلے میں پہلے کی بنی ہوئی چیز کو ترمیم و اصلاح سے بہتر بنانا ان کے لیے آسان ہوتا ہے۔ اسے ان کا قومی امتیاز سمجھنا چاہئے۔ جو لوگ جاپانیوں پر نقالی کا الزام لگاتے ہیں، وہ اس نکتے کو سمجھنے سے قاصر ہیں۔ اصلاح، ترمیم اور اشیاء کو بہتر بنانے کی صلاحیت ان کا قومی شعار ہے۔

نامعلوم کی جستجو، زمانہ قدیم سے مغرب والوں کا طرہ امتیاز رہا ہے۔ یورپی اقوام نے جو اپنے اپنے علاقوں میں محصور تھیں، پندرہویں صدی سے مہم جوئی کا آغاز کیا، خطرناک بحری راستے دریافت کئے اور نئی مقبوضہ جات تک پہنچیں۔ امریکہ میں آباد کاروں نے خطرات مول لئے، دشمنوں کا مقابلہ کیا اور براعظم میں پھیلتے چلے گئے، یہاں تک کہ ان کی سرحدیں بحرا کابل کے ساحل پر آ کر ختم ہوئیں۔ اب امریکی خلاوردی میں سرگرم ہیں اور زمین سے جست لگا کر خلائے بسیط میں پہنچ رہے ہیں۔ جاپانی چند استثنائی صورتوں سے قطع

نظر اپنے چھوٹے چھوٹے جزیروں میں قناعت کئے بیٹھے رہے، تا آنکہ انیسویں صدی کے وسط میں مغربی اقوام نے ان کے دروازے پر دستک دی اور عالمی روابط کا سلسلہ جاپان میں بھی شروع ہو گیا۔ عام خیال کے مطابق ہم بڑی بڑی مہمات سے الگ تھلگ، اپنے مانوس ماحول میں زندگی گزارتے رہے، ان حالات میں ہم نے ایک کلچر پیدا کیا، نقالی کے ذریعے نہیں، بلکہ یہ کلچر اشیا کو بتدریج بہتر بنانے سے عبارت ہے۔

”وقت کے کلچر کا“، گہرا تعلق، ہر تہذیبی دائرے میں اس کی زبان، ادب اور مذہب سے ہے۔ اگر وقت کے لکیری تصور کا رشتہ مسیحیت اور اسلام سے ہے اور وقت کا مدور تصور ہندومت اور بدھ مت سے جڑا ہوا ہے (یعنی یہ عقیدہ کہ زندگی ایک سے دوسرے قالب میں منتقل ہوتی اور گردش کرتی رہتی ہے) تو وقت کا ماکہ مونو تصور جاپانیوں کے منفرد مذہبی زاویہ نظر سے منسلک ہے، یہ ہے نیہون کیو (Nihonkyo) یعنی جاپان ازم، جسے جاپانی باشندوں کے بنیادی فکر یا عقیدے کی بنیاد کہا جاتا ہے۔ (یہ اصطلاح ”اسایا این داسان“ نامی مصنف کی بدولت مقبول عام ہوئی۔ یہ شخص ایک خود ساختہ راہب اور 1970ء کی مقبول ترین تصنیف ”جاپانی اور یہودی“ (The Japanese and The Jews) کا مصنف ہے۔ عام طور پر خیال کیا جاتا ہے کہ یہ ”اسایا این داسان“ اصل میں مضمون نگار اور سماجی نقاد یا موٹوشی جیہی (Yamamoto Shichihei) ہے۔ جاپان کی صنعت، یہاں کی کارپوریشنیں اور مقامی مارکیٹ ماکہ مونو وقت اور نیہون کیو کا ان سب پر گہرا اثر ہے اور ان کی مخصوص خصوصیات ہیں، جن میں سے کچھ تقویت کا اور کچھ کمزوریوں کا سبب ہیں۔

مغرب والے، خاص طور پر امریکی جو مہم پسند ہیں اور انقلابی ذہن اور مزاج رکھتے ہیں، ہمیشہ نئی دنیاؤں کی تسخیر پر آمادہ رہتے ہیں۔ خطرہ مول لینا اور دریافت کرنا، ان کی اعلیٰ ترین اقدار کا حصہ ہے۔ عیسائی، جبلی طور پر اس امر سے آگاہ ہوتے ہیں کہ اس طرح کی ترقی کے نتیجے میں انسانوں کو بالآخر، سائنس اور ٹکنولوجی کے لائے ہوئے عذاب کی بدولت خدا کے سامنے جواب دہ ہونا پڑے گا۔ بالفاظ دیگر، وقت کے لکیری تصور میں یہ بات شامل ہے کہ موت، نسل انسانی کے لئے لازمی ہے۔

جاپانیوں کا فکری رویہ تدریجی عمل، زمینی حقیقتوں کے اعتراف اور امن پسندی پر مبنی ہے۔ یہ طرز فکر چونکہ روزمرہ انسانی سرگرمیوں سے جڑا ہوا ہے، اس لئے اس میں کسی زبردست پیش رفت یا کوئی دلیرانہ کارنامہ انجام دینے والی خصوصیت شامل نہیں۔ لیکن یہ

عقیدہ انسان کو مستقبل میں تباہ کن انجام کی طرف بھی نہیں لے جاتا۔ وہ لوگ جو وقت کا مدور یا ماکہ مونو تصور رکھتے ہیں، وہ نہ تو پرویتھیس جیسے جذبہ تفاخر میں مبتلا ہیں (جو دیو مالائی کہانی کے مطابق آسمانوں سے آگ چوری کرنے گیا تھا، اور بالآخر دیوتاؤں نے اسے ایک چٹان سے باندھ دیا اور مراد خور جانور اسے کھا گئے) اور نہ گناہ کے تصور میں گرفتار ہیں۔ (گناہ کا تصور خدا پرست عقیدے میں آتا ہے۔ بہت سے دیوتاؤں کی پرستش یا آباواجداد کے قدیم عقیدے کی پیروی کرنے والوں کے یہاں گناہ کا تصور نہیں)

وہ قارئین جو وقت کا لکیری تصور رکھتے ہیں، غالباً یہ سوچیں گے کہ جاپانی، تخلیق و ایجاد کے معاملے میں بالکل کورے ہیں اور پہلے سے بنی ہوئی چیزوں میں صرف ترمیم و اصلاح کرنا ہی جانتے ہیں لیکن نسل انسانی کی بقا اگر ضروری ہے تو یہ رویہ اعتدال پر مبنی ہے اور صحت مندانہ ہے۔ ماکہ مونو وقت کی رو سے ماضی کا دھاگہ دھیرے دھیرے سرتا ہے اور آنے والے کل کی طرف بڑھتا ہے۔ یہ بالکل ایسا ہی ہے، جیسے دھاگے کا گولہ ایک طرف سے بند ہوتا رہتا ہے یا وقت کے ایک دائرے میں گردش کرنے کا تصور جاپانیوں کا تصور وقت اس سے بھی مختلف ہے۔ جاپانیوں کے یہاں وقت کا بنیادی تصور ”اب“ یا ”لحہ موجود“ ہے، جو آئندہ کل کی طرف، آنے والے سال کی طرف اور آئندہ دس سال کی طرف مسلسل حرکت میں ہے۔

جاپان کی صنعتی معیشت کا بڑا گہرا تعلق، حال اور مستقبل کے بارے میں یہاں کے لوگوں کے انداز فکر سے ہے، اس لئے یہاں کی انتظامیہ نکلونوجی اور اس کے معاملات کو اس خوبی سے سمجھتی ہے، جس کی مثال کہیں اور نہیں ملے گی۔ انہوں نے مصنوعات کی تیاری کا ایک الگ شعبہ بنایا ہے، جو انسانی برادری کی فلاح کے کام میں مدد دیتا ہے۔ حالانکہ جاپانی کمپنیاں نئی نکلونوجی دریافت کرنے اور نئے شعبوں میں اپنی راہ نکالنے کے لئے زیادہ پر جوش نہیں، لیکن جو مصنوعات پہلے سے موجود ہیں، ان کو بہتر بنانے اور لاکھوں کروڑوں صارفین تک انہیں پہنچانے میں ہمیشہ سرگرم رہتی ہیں۔ صنعتوں کو فروغ دینے کے اس طریقے کو محض نقالی سمجھ کر نظر انداز نہیں کرنا چاہئے۔ البتہ عالمی معیشت کی جو صورت حال ہے، اس کے پیش نظر، جب ملک سے باہر جاپان کی مصنوعات عالمی منڈیوں پر چھا جاتی ہیں تو جاپان کے صنعت کاروں کے خلاف خفگی کا رد عمل دیکھنے میں آتا ہے۔ جاپان کی تجارتی کمپنیوں کو کس طرح اس کی تلافی کرنی چاہئے! غالباً اس کی صورت یہ ہو سکتی ہے کہ اصل

ٹکنولوجی کی ایجاد میں جو لاگت آتی ہے، اس کا ایک حصہ جاپان کے کارخانہ دار بھی ادا کریں۔ مثال کے طور پر چھوٹے کمپیوٹر ہیں، جاپانی کمپنیاں انہیں بڑی مہارت سے تیار کر کے، امریکی کمپیوٹروں کے مقابلے میں فروخت کر رہی ہیں۔ مارچ 1984ء میں ’’زی روکس‘‘ (Xerox) نے جاپان کی این سی کارپوریشن پر پٹینٹ کی خلاف ورزی کا مقدمہ دائر کر دیا کیونکہ اس نے کسی طرح کا معاوضہ ادا کرنے سے انکار کر دیا تھا اور زی روکس کے مال کی نقل بنا کر بیچ رہی تھی۔ امریکی کمپنی کی دلیل یہ تھی اور دلیل خاصی معقول تھی، کہ سامان کی ایجاد اور اس کی تیاری کے مختلف مراحل کا خرچ تو وہ لوگ برداشت کر رہے ہیں اور منافع کمانے کے لئے جاپانی کمپنی میدان میں آ جاتی ہے اس کی یہ حرکت غیر منصفانہ ہے۔ امریکہ کی سائنسی پیش رفت اور تحقیق مستقبل کا راستہ کھول دیتی ہے اور جاپان کی صناعی ان کے مال کو نہایت مہارت سے بہتر شکل بنا کر سامنے لاتی ہے، اس طرح دونوں ایک دوسرے کی کمی پوری کرتے ہیں اور ایک دوسرے کی تقویت کا سبب بنتے ہیں۔

زبان اور وقت

زبان، تہذیب کا ایک بنیادی عنصر ہے۔ وقت کے تجربے کا تعین زبان سے ہی ہوتا ہے۔ جب میں نے انگریزی پڑھنی شروع کی تو سب سے پہلی بات جو مجھے عجیب لگی، وہ صیغہ ماضی اور صیغہ حال کے درمیان فرق ہے۔ ایک عمل جو پوری طرح مکمل ہو چکا، وہ ماضی کا صیغہ ہوا۔ ایک اور عمل جو اگرچہ پورا ہو چکا، لیکن اس کا اثر حال جاری ہے وہ حال کا صیغہ کہلاتا ہے۔ جدید جاپانی زبان میں ان دونوں کے درمیان فرق نہیں کیا جاتا۔ جاپانیوں کے طرز فکر میں ابتداء ان دونوں کے درمیان تفریق کرنے کی کوئی ضرورت نہ تھی۔ ہم بالکل فطری طور پر ماضی کے ہر واقعے کو حال کا واقعہ سمجھتے ہیں۔ ہمارے طریقے کے مطابق ماضی تمام نہیں ہوا، بلکہ وہ حال کا حصہ ہے۔ مثال کے طور پر یہ بیان کہ ’’اس نے میری مدد کی‘‘ کا مطلب یہ ہے کہ ’’گزرے ہوئے زمانے میں کسی مرحلے پر اس نے میری مدد کی تھی‘‘ اور ’’میں اب بھی اس کا مرہون منت ہوں‘‘۔ اس واقعے کا تعلق اس وقت سے نہیں جو ’’ہو چکا‘‘۔ اس واقعے کا وجود حال میں بھی ہے، یعنی ایک دائمی بازگشت ہے جو مسلسل سنائی دے رہی ہے، ماضی کا تجربہ زمانہ حال میں بھی موجود ہے۔ جب کوئی شخص کسی جاپانی کے ساتھ کوئی نیکی کرتا ہے تو جاپانی اس کے جواب میں ’’شکریہ‘‘ کہتا ہے۔ یہ جاپانی زبان کا لفظ آری گاتو (Arigato) ہے۔ ایک اور لفظ جو

اکثر سننے میں آتا ہے سومی ماسن (Sumimasen) ہے، جس کا لفظی ترجمہ یہ ہے کہ ”یہ ابھی ختم نہیں ہوا“۔ اس فقرے کے معنی یہ ہیں کہ ”مجھ پر آپ کے احسان کا بوجھ ہے اور اس کے عوض میں آپ کے لئے کچھ نہ کر سکا“۔ بہت سے غیر ملکی جو نئی جاپانی زبان سیکھتے ہیں، اپنی بول چال میں آریگاتو (Arigato) کا لفظ استعمال کرتے ہیں، لیکن جو لوگ جاپانیوں کے مزاج شناس ہیں اور الفاظ کی نزاکتوں کو سمجھتے ہیں وہ سومی ماسن (Sumimasen) کا لفظ بولتے ہیں۔ یہ دوسرا لفظ زیادہ موزوں ہے، کیونکہ شکر یے کے اظہار کے لئے نہایت شائستہ ہے اور سننے والے پر خوشگوار اثر چھوڑتا ہے۔

جاپان کے لوگ ذاتی میل ملاقات یا لین دین کے تعلق کو برقرار رکھنے کے لئے بڑی عرق ریزی سے کام لیتے ہیں۔ مغرب والوں کا طریقہ یہ ہے کہ جب کسی شخص کی دعوت کی جاتی ہے تو وہ شخص حتی الامکان جوابی ملاقات کے لئے اپنے میزبان سے ملنے ضرور جاتا ہے۔ علامتی نوعیت کی اس فوری ملاقات کا مطلب یہ ہوا کہ دونوں میں سے کوئی فریق ایک دوسرے کا مرہون منت نہیں رہا۔ یہ رسم جاپان میں نہیں بلکہ اس کے برعکس ہے، یعنی شناسائی جتنی تازہ ہوگی، فوری جوابی ملاقات کا امکان اتنا ہی کم ہوگا۔ کسی ملاقات کا فوری جواب دینا، گویا بوجھ اتارنے کا عمل غیر دوستانہ سمجھا جاتا ہے۔ جس شخص کی عزت افزائی ہوئی ہے اس کا موزوں جواب محض ایک لفظ ”سومی ماسن“ ہونا چاہئے یعنی ”میں آپ کا ممنون احسان ہوں، آپ کی نوازش سے فیض یاب ہوا ہوں“۔ شکر یے کا قرض پرانا ہوتا ہی ہے رہے تو اچھا ہے، بالکل پرانی شراب کی طرح، اس سے تعلقات بہتر ہوتے ہیں۔ جوابی ملاقات میں یہ تاخیر پہلی ملاقات کے جذبہ خیر سگالی کو حال سے مستقبل تک برقرار رکھتی ہے۔ تاہم یہ طرز عمل انہی حالات میں برتا جاسکتا ہے، جب ہمیں یہ اندازہ ہو کہ دوسرا فریق بھی ہمارے ہی تہذیبی وقت میں سانس لے رہا ہے۔ جو لوگ اس سے باہر ہیں، ان کا تجربہ اس سے مختلف ہو سکتا ہے۔

گہری رفاقت کے بعد علیحدگی، بعض اوقات امر کیوں کی نظر میں مردانگی کی بات سمجھی جاتی ہے مثلاً اس طرح کے فلمی منظر نامے، جو فلم شین (Shane) سے پیل رائڈر (Pale Rider) تک مغربی فلموں میں دیکھا گیا، تماشا نیوں کے دلوں کو تڑپا دیا ہے کہ ہیرو ”گڈ بائی“ کہتا ہے، اور دلیرانہ انداز سے گھوڑا دوڑاتا ہوا ڈوبتے ہوئے سورج کے دھندلکے میں گم ہو جاتا ہے اور پیچھے مڑ کر نہیں دیکھتا۔ تاریخی طور پر جاپانی، بھیٹی باڑی کرنے

والے خانہ نشین قسم کے لوگ ہیں، وہ تو اپنے آباؤ اجداد سے کٹ کے کہیں اور رہنے کا تصور بھی نہیں کر سکتے۔ کاندھے سے بندوق لٹکائے، مغربی بہرو کی رخصتی کا یہ انداز ظاہر کرتا ہے کہ اس کے آباؤ اجداد شکار پر گزر اوقات کرنے والے یا خانہ بدوش تھے۔

جاپان کے ڈراموں میں جدائی کے یا ”بارا کیری“ کے ذریعے خودکشی کے مناظر عام طور پر بڑے طویل اور سست رفتار ہوتے ہیں۔ جنوبی کوریا سے کالج کے طلبہ کا ایک گروپ جاپان آیا تھا۔ سنا ہے، وہ اس بات پر حیران ہو رہے تھے کہ کابوکی (Kabuki) میں موت کے مناظر کس قدر طوالت کے ساتھ پیش کئے گئے ہیں۔ انہوں نے کہا کہ کوریا کے ڈراموں میں اس طرح کے مناظر کہیں زیادہ مختصر ہوتے ہیں، میرے خیال میں اس کی وجہ یہ ہے کہ کوریا والوں کے آباؤ اجداد شمال کے خانہ بدوش قبائل سے تعلق رکھتے تھے، اور ہمیشہ حرکت میں رہتے تھے۔

”گڈ بائی“ یا ”خدا حافظ“ کے متبادل جاپانیوں میں ایک لفظ سایونارا (Sayonara) ہے، لیکن اس لفظ کی ایک جداگانہ کیفیت ہے۔ کچھ اس طرح کا مفہوم کہ سلام رخصت ”ہماری آئندہ ملاقات تک کے لئے“۔ یوں لگتا ہے جیسے ہمارے وجود آباؤ اجداد کے اجسام کے ساتھ جڑے ہوئے ہیں۔ ہمیشہ کے لئے جدائی کا تصور ہی ہمارے لئے جانگاہ ہے۔ جاپانیوں کے شعور میں کہیں یہ بات چھپی ہوئی ہے کہ وقت کے اس بے انت سفر میں انسان کہیں نہ کہیں اور کبھی نہ کبھی ایک دوسرے سے ضرور ملیں گے۔

باربرا یوشیدا کرافٹ ایک جرمن نژاد خاتون ہیں۔ وہ جاپان کے ادب کی ماہر ہیں۔ ان کے ایک مقالے کا نام ”جاپان کے ناولوں میں وقت کا تصور ہے۔ انہوں نے افسانوی ادب میں وقت کے گرد اب کی تشریح کرتے ہوئے بہت سے نامور مصنفوں کی تحریروں کے حوالے دئے ہیں ”کوئی کہانی پوری کی پوری ماضی کے صیغے میں لکھی جائے، ایسا شاذ ہی کبھی ہوتا ہے، کسی فقرے میں ماضی کے حقائق بیان کرتے ہوئے بسا اوقات مصنف ماضی سے حال کے صیغے میں آ جاتا ہے۔“ پھر وہ لکھتی ہیں ”جاپانی زبان میں حال کا صیغہ ماضی اور مستقبل سے الگ ہے لیکن ان سے بالکل کٹا ہوا ہرگز نہیں۔ بلکہ انسانی تجربے میں حال وہ نظر نہ آنے والا نقطہ ہے جہاں ماضی اور مستقبل دونوں آ کر ملتے ہیں۔“ آخر میں وہ لکھتی ہیں۔ ”ہم جس چیز کو بالعموم وقت کا شعور کہتے ہیں، یعنی یہ کہ اسے کسی طرح محسوس کیا جاتا ہے اور وحدتوں میں تقسیم کیے کیا جاتا ہے، جاپانیوں اور جرمنی کے باشندوں میں، یہ شعور بالکل مختلف ہے۔“ ان کا نقطہ نظر یہ نہیں کہ جاپان کے مصنف ماضی اور حال کو

آپس میں ملا دیتے ہیں۔ دراصل وہ مغرب میں بسنے والے قارئین کو خبردار کر دینا چاہتی ہیں کہ وہ جاپان کا ادب پڑھتے وقت یہ نتیجہ نہ اخذ کر لیں کہ ان کی تحریروں میں (یا انتظامی امور میں) وقت کا سانچہ بہت کمزور ہے اور وہ وقت کی صحیح تقسیم کرنے سے قاصر ہیں۔

پیش گوئی

چند سال گزرے، میں وزارت مواصلات میں مشاورتی کونسل کے ایک رکن کی حیثیت سے ایک منصوبہ کی تدوین میں شریک ہوا، دراصل منصوبہ یہ معلوم کرنے کے لئے تھا کہ 1990ء تک کتنے تجارتی مال کی مانگ درپیش ہوگی۔ 1981ء سے 1990ء تک کے سالانہ اعداد کا معائنہ کیا تو کونسل اس نتیجے پر پہنچی کہ ٹرکوں اور ساحلی جہازوں پر تجارتی مال کی ترسیل کا بوجھ بڑھ جائے گا۔ یہ بات سبھی کو معلوم تھی کہ ریل گاڑی پر مال برداری کم ہوگی۔ اس کے باوجود، جاپان نیشنل ریلویز اور اس کی وزارت کے افسروں نے جب اپنا تخمینہ شائع کیا تو معلوم ہوا کہ، ریلوے پر مواصلات کا بوجھ 1991ء تک تقریباً جوں کا توں رہا۔

ملاحظہ کیجئے ذیل کی جدول

اندرون ملک، تجارتی مال کی ترسیل کا تخمینہ، 1980ء سے 1990ء تک

(یونٹ: دس بلین ٹن کلومیٹر)

	۱۹۹۰ء	۱۹۷۹ء	۱۹۷۳ء	
آبی مواصلات	۴۰۱-۷۵۰	۲۲۵ء۸	۲۰۷ء۷	
ٹرک	۲۳۰-۲۶۰	۱۷۲ء۹	۱۴۱ء۰	یہ اعداد مواصلات کی
ریلوے	۳۴-۴۳	۴۳ء۱	۵۸ء۳	وزارت کے ہیں
مجموعی	۶۹۰-۷۴۰	۴۴۲ء۱	۴۰۷ء۲	

ایسا کیوں ہوا؟ متعلقہ اہل کار ہندسوں کے ہیر پھیر میں چاہے جتنی ہی جادوگری دکھائیں، ریلوے سے تجارتی مال کی ترسیل میں اضافے کی پیش گوئی نہیں کی جاسکتی۔ لیکن یہ بات علانیہ کہنا کہ تجارتی مال کی ترسیل میں کمی ہو جائے گی، تباہ کن ہو سکتا تھا۔ اس طرح تو ریلویز کے سسٹم میں عالمی بحران آ جاتا۔ اس کے برعکس انہوں نے کہا کہ آنے والے برسوں میں تجارتی مال کے وزن کی ترسیل کم دیش پہلے ہی جیسی رہے گی۔ اگر وہ آنے والی

صورت حال کی پیش گوئی پوری سچائی سے کر دیتے تو ریلوے کے مال بردار عملے کے لئے گویا ان کا یہ پیغام ہوتا کہ ”تم جو کام کر رہے ہو، اس کی مقدار دس سال میں اتنی کم ہو جائے گی۔“ ریلوے کے حکام نے متاثرہ عملے کے ساتھ اسی ہمدردی کے جذبے کے پیش نظر صحیح پیش گوئی کی اشاعت مناسب نہیں سمجھی۔

جاپان نیشنل ریلویز کے اس تخمینے کے بارے میں پروفیسر بیلون کا یہ تبصرہ نہایت درست ہے کہ جاپان کے لوگ مستقبل کے بارے میں سوچتے وقت اپنے آپ کو حال کی گرفت سے آزاد نہیں کر سکتے، اس لئے مستقبل کی جانب وہ معروضی انداز سے دیکھتے ہیں۔ اور میں اس بات سے اتفاق کرتا ہوں کہ جاپان کی حکومت اور یہاں کی کمپنیاں بھی طویل عرصے پر مبنی کسی تجزیے کی صلاحیت سے عاری ہیں۔ جہاں تک اعلیٰ درجے کی ٹکنالوجی کا تعلق ہے، جاپان صرف کم مدت کی منصوبہ بندی میں گہری دلچسپی رکھتا ہے، یعنی اتنی کم مدت جس میں لین دین کے معاملات جلد نبٹا دیئے جائیں۔ لیکن ایسی طویل المیعاد منصوبہ بندی، جو عام لوگوں کو کسی عظیم الشان کارنامے کی تکمیل کا خواب دیکھنے پر آمادہ کرے، اس پر نہ تو یہاں کی حکومت اپنا سرمایہ لگائے گی اور نہ سرمایہ کاری کرنے والے اپنا مال لگائیں گے، بلکہ اس طرف دیکھیں گے بھی نہیں۔ جاپانیوں کا یہ انداز فکر آج کا نہیں، بلکہ نہایت قدیم زمانے سے یہی رہا ہے۔ اس بات کو بخوبی واضح کرنے کے سلسلے میں خود ہم لوگ بھی نہایت حقیقت پسند اور معاملہ فہم واقع ہوئے ہیں۔

ایسا معلوم ہوتا ہے کہ مغرب کے لوگ منصوبہ بناتے وقت مستقبل کی طرف بہت دور تک دیکھتے ہیں مثلاً اگر کوئی بڑا اگر جاگہ تعمیر کرنا ہو تو اسے بنانے میں بیسیوں سال لگا دیں گے تا کہ یہ عمارت صدیوں تک قائم رہے۔ جاپان میں ایسی تعمیرات موجود نہیں، جتنا کہ مغرب کی عمارتوں سے تقابل کیا جاسکے۔ حد تو یہ ہے کہ نکو (Nikko) میں تو شوگو (Toshogu) کا مشہور معبد صرف سترہ مہینوں میں تعمیر کر لیا گیا تھا۔ ہمارے بزرگوں نے ایسے ہی منصوبوں کو ہاتھ لگایا جنہیں وہ اپنی زندگی میں ہی پورا کر سکتے تھے۔ (مغرب میں وقت کا تصور ایک تیر کی طرح ہے جو اپنے ہدف کی جانب تیزی سے بڑھ رہا ہے۔ جاپان میں وقت اس محضر کی طرح لپٹا ہوا ہے، جو کھلتا ہی چلا جاتا ہے، جس کا کوئی آغاز ہے اور نہ کوئی انتہا۔ جیسے جیسے اس کے پیچ کھلتے ہیں زمانہ حال آگے بڑھتا جاتا ہے)

کلچر اور انتظامیہ

کسی معاشرے کے کلچر^(۱) سے اس کے افراد اور اداروں کے نقطہ نظر کا تعین ہوتا ہے۔ انیسویں صدی کے ایک ممتاز عالم بشریات ایڈورڈ بی ٹیلر نے اس کی ایک چچی تلی تعریف کچھ یوں کی ہے۔ کلچر یا تہذیب (Civilization) ان عناصر کا مرکب ہے، جن میں علم، عقیدہ، فن، قانون، اخلاقیات، رسوم و رواج اور وہ دیگر تمام صلاحیتیں اور خصائص آجاتے ہیں جن کا انسان نے معاشرے کے ایک رکن کی حیثیت سے، اکتساب کیا ہو^(۲) فرد کا سارا طرز عمل یعنی خیر مقدم کرنے کا انداز، دسترخوان کے آداب، سونے کے قرینے اور یہ کہ لوگ زینہ چڑھتے وقت کس طرح قدم رکھتے ہیں، کسی اجلاس کی کارروائی کس طرح چلاتے ہیں، لوگوں کو ایک رائے پر جمع کس طرح کرتے ہیں، یہ ساری باتیں کلچر کا حصہ ہیں۔ یہی عادات وقت گزرنے کے ساتھ ایک سے دوسری نسل کو منتقل ہوتی جاتی ہیں۔ علم کے ذوق اور اس سے انہماک کی بدولت انسانوں نے زبانیں مرتب کیں، علم کی تخلیق کی اور اسے علم کہا اور آپس میں احساسات اور افکار کا تبادلہ کیا۔ اوزار بنانے اور انہیں استعمال کرنے کی صلاحیت اور مصنوعات وغیرہ ایک سے دوسرے زمانے میں انہیں

(۱) اردو زبان میں کلچر کے لیے ”ثقافت“، کا لفظ استعمال ہوتا آیا ہے، لیکن اب کلچر کا لفظ بھی بکثرت استعمال ہونے لگا ہے (ح-ع)

(۲) بعض دانشوروں نے کلچر (ثقافت اور تہذیب (Civilization) کے درمیان امتیاز کیا ہے۔ ان کے یہاں کلچر میں مابعد الطبیعات، روحانیت اور داخلی عناصر شامل ہیں۔ ”تہذیب“، کا لفظ اس ہمہ گیر خصوصیت کے لیے استعمال کرتا ہوں جو کسی ملک یا ثقافتی برادری سے نکل کر ہر طرف پھیل جاتی ہے۔ مثلاً یونانی، رومن اور چینی تہذیبیں جو کسی ایک لسانی یا نسلی گروہ تک محدود نہیں بلکہ ان کے افکار اور جمالیاتی اثرات جغرافیائی حدود سے نکل کر دور دور تک پھیلے ہوئے ہیں۔ ایک عظیم تہذیب، کسی ایسے علاقے میں بھی جہاں مختلف ثقافتیں موجود ہوں مشترکہ ادارے تشکیل کر سکتی ہے اور مشترکہ طرز رائج کر سکتی ہے۔

استعمال کرنے صلاحیت اور مصنوعات وغیرہ ایک سے دوسرے زمانے میں ہوتی آتی ہیں۔ تجارت میں بھی کاروباری کلچر کے اثرات شامل ہوتے ہیں جو تجارتی طریقوں، انتظامی ضابطوں اور فروخت کے قرینوں پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ پھر ان میں قدرے تبدیلی بھی آتی ہے، ان میں اس وقت نئے طریقے شامل ہوتے ہیں جب کوئی فرم بیرونی ماحول کے مطالبے پورا کرنا چاہتی ہے۔

مادی کلچر میں خوراک، لباس اور بودوباش شامل ہیں۔ روحانی کلچر میں اقدار اور دیگر معمولات آتے ہیں۔ انفرادی کلچر سے کسی شخص کے رویوں اور ذوق کا تعین ہوتا ہے، جب کہ گروہی یا تنظیمی کلچر اجتماعی خواہشات اور کام کے طریقوں کی تشکیل کرتا ہے۔ مجرد داخلی اقدار..... مثلاً احساس فرض اور انسانی جذبے کے درمیان تصادم جسے جاپانی گیری اور نجو (Giri and Ninjo) کہتے ہیں، یا عیسائیوں کے یہاں گناہ کا تصور..... ان کو خارجی اور مادی شکلوں کے مقابلے میں (جیسے مکان کی وضع اور لباس وغیرہ)، تبدیل کرنا کہیں زیادہ مشکل ہے۔ اسی طرح عام تنظیمی سرگرمیوں کے مقابلے میں ذاتی رویے مشکل سے ہی تبدیل ہوتے ہیں۔

انقلاب کے ذریعے سیاسی اور اقتصادی نظام تبدیل کئے جاسکتے ہیں، لیکن جو رویے عادت ثانیہ بن چکے ہوں، خاص طور پر انفرادی رویے، وہ اس طرح نہیں بدلتے۔ باجروت حاکموں نے قوت کے ذریعے تہذیبی تبدیلی کی کوشش کی ہے، لیکن ان کا نتیجہ فوری ناکامی کی صورت میں نکلا۔ جب ہٹلر برسرِ اقتدار آیا تو جرمنوں سے کہا گیا کہ سلام کرنے کا نازی طریقہ اختیار کریں یعنی دایاں ہاتھ اوپر اٹھائیں۔ انہوں نے مخصوص مقررہ الفاظ استعمال نہیں کئے البتہ ”ہیل ہٹلر“ (Heil Hitler) پکارتے رہے۔ چین میں ماؤزی ڈونگ کے زیرِ حکومت لوگوں کو اپنے ہاتھ میں لال کتاب ”ماؤزی ڈونگ کے اقوال زریں“ ساتھ رکھنا پڑتی تھی، ان کے یہاں سلام کا طریقہ ”چیئر مین ماؤ زندہ باد“ تھا۔ اس سے پہلے چین میں فلسفیانہ عقائد و افکار کی نمائش کا طریقہ یہ تھا کہ چینی ایک پتلی سی کتاب ”کنفیوشس کے فرمودات“ ساتھ رکھتے تھے۔ جواب سے پہلے کئی صدیوں تک مقبول عام تھے۔ لیکن سطحی نوعیت کی جو تبدیلیاں لوگوں پر مسلط کی گئیں، وہ زیادہ دنوں باقی نہ رہیں۔ نہ تو ہٹلر کے فسطائی اصول برقرار رہ سکے اور نہ ماؤ کی لال کتاب باقی رہی۔

سنگاپور اور جنوبی کوریا میں پیداوار بڑھانے کے لئے سرکاری مہمیں چلائی گئی ہیں۔ ان ملکوں کی تہذیبی اقدار کی تشکیل میں ان مہموں کی حیثیت ریاستی مداخلت کی ہے۔ دونوں ملکوں میں شہد کی مکھی کے چھتے کو محنت اور مشقت کی علامت کے طور پر اختیار کیا گیا ہے۔ یہی علامت پرچموں پر، ڈاک کے ٹکٹوں اور تھیٹر کے پردوں پر بھی چھاپی گئی ہے، تاکہ انہیں دیکھ کر لوگوں میں زیادہ محنت کے لئے تحریک پیدا ہو۔ اس طرح ملائیشیا میں ”مغرب کی طرف دیکھو“ کی مہم چلائی جا رہی ہے۔ اقتصادی پالیسی میں تبدیلی سے زیادہ یہ بات رویوں میں ترمیم کرنے کی خواہش ظاہر کرتی ہے۔ طاقت اور ریاستیں عام طور پر ایسی منصوبہ سازی اور ہدایت کے ذریعے ثقافتی شعبے میں اثر انداز ہوتی ہیں، جن کی کارفرمائی اوپر سے نیچے تک ہو۔ اس طرح کی دخل اندازی مفید بھی ہو سکتی ہے۔ لیکن کسی پختہ کار جمہوری ریاست میں اس طرح کی مداخلت جس سے آزادی اظہار پر زور پڑتی ہو یا عام رسوم و رواج کو کسی مخصوص ضابطے میں لانے کی کوشش ناپسندیدہ قرار پاتی ہے۔

تجارتی اداروں کا کلچر

جب یہ ثابت ہو گیا کہ کرشمہ ساز لیڈروں اور استبدادی حکومتوں کا اثر بھی کسی معاشرے کے بنیادی کلچر پر نہ ہونے کے برابر ہوتا ہے تو نجی کاروباری اداروں پر اس طرح اثر انداز ہونا، آسان تو نہیں ہوگا۔ البتہ تنظیموں، کاروباری اداروں اور لیبر یونینوں کے اس دور میں عام لوگوں کی روحانی اور مادی زندگیوں پر ماضی کے مقابلے میں کہیں زیادہ گہرے اثرات مرتب ہوتے ہیں۔ موجودہ ترقی یافتہ صنعتی معاشروں میں ”بڑے کاروبار“ کا اثر انداز ہونا خاص طور پر بہت اہم ہے۔

کمپنیاں، خاص طور پر وہ ادارے جن میں بہت سی کمپنیاں شامل ہوں، دو طریقوں سے ثقافتی تبدیلیاں لاتے ہیں۔ اول ان کی منصوبہ سازی اور وہ انتظامی طریق کار ہے اور کام کرنے کے وہ قرینے ہیں، جن سے مل کر ایک کاروباری کلچر بنتا ہے۔ دوم ان کی مصنوعات اور خدمات ہیں اور ان کی مقبولیت کی خاطر اشتہاری مہم ہے جو بڑے وسیع پیمانے پر صارفین پر اثر ڈالتی ہے۔ کاروباری کلچر جسے 1970ء کی دہائی میں فروغ حاصل ہوا، انتظامی نظیرے کا ایک پسندیدہ جزو ہے اور کاروباری اداروں کی مشترکہ اقدار میں

شامل ہے۔ اس کی روشنی میں خیالات اور رویے تشکیل پاتے ہیں۔ یہی کلچر معاشرے کے تعاون سے کام کے طریقے وضع کرتا ہے۔ کاروباری کلچر کی آزمائش کا یقینی طریقہ یہ ہے کہ کمپنی کا کوئی ملازم کیا اپنے کام کو ایک گروپ میں شامل ہوتے ہوئے انجام دیتا ہے، یا وہ کام اس کی انفرادی ذمہ داری ہے۔ جاپان کے تمام تجارتی اداروں میں ”ٹیم ورک“ کے تحت یعنی آپس میں مل جل کر کام ہوتا ہے۔ ادارے میں کوئی اکیلا فرد ”یونٹ“ نہیں ہوتا۔ یہاں پورا گروپ ایک ”یونٹ“ ہوتا ہے۔ جاپانی اجتماعی کوشش اور محنت کے معاملے میں بہت اچھے ہیں۔ اگر پانچ کارکنوں کے ایک یونٹ کو کوئی منصوبہ سپرد کیا جائے تو انتظامیہ یہ نہیں کرتی کہ اس منصوبے کو پانچ الگ الگ کاموں میں تقسیم کرے اور ہر کام الگ کارکن کے ذمے لگائے۔ عام طور پر پانچوں کارکن مشترکہ طور پر اس منصوبے کی تکمیل کے ذمہ دار ہوتے ہیں۔ وہ سب اکٹھا کام کرتے ہیں اور ایک دوسرے کی مدد سے منصوبے کو پایہ تکمیل تک پہنچاتے ہیں حالانکہ جاپان کے تہذیبی ماحول میں ”گروپ بندی“ زیادہ مناسب نظر آتی ہے، لیکن کارپوریشنیں اس معمول کی پابند نہیں۔ انتظامیہ انفرادی کام کا طریقہ بھی اختیار کر سکتی ہے۔ چند سال قبل، جاپان، کوریا اور تائیوان کی بڑی بڑی کارپوریشنوں میں اعلیٰ عہدیداروں کا ایک تقابلی جائزہ لیا گیا۔ اس کام میں، میں بھی شامل تھا۔ ہم نے ان سے ایک سوال کیا: کیا آپ اکیلے کام کرنا پسند کرتے ہیں یا ٹیم میں شامل ہو کر کام کرنا چاہتے ہیں؟ جاپان کی مختلف کمپنیوں کے ملازموں کے جوابات آپ جدول نمبر ۲ میں ملاحظہ کیجئے۔ بڑی بڑی تجارتی فرموں کے ملازم، بہم مل کر کام کرنے کی بجائے انفرادی طور پر کام کرنا پسند کرتے ہیں۔ ایسا لگتا ہے کہ تجارتی کمپنی کا کام، مہم جو قسم کے کارکنوں کو پسند آتا ہے۔

جدول نمبر ۳ میں، تینوں قوموں کے کارکنوں کے جوابات شامل ہیں۔ جاپانیوں کے مقابلے میں چینی بہت زیادہ انفرادیت پسند ہیں۔

جدول ۲: صنعتوں میں اجتماعی محنت کے مقابلے میں انفرادی طور پر کام کرنے کے شائقین: ایک جائزہ

۳۶.۹ فیصد

اوسط

۳۱.۵ فیصد

چھوٹی صنعت

۲۹.۵ فیصد

بھاری صنعت

عام تجارتی کمپنیاں	۴۷۷ فیصد
مالیاتی ادارے	۳۶۷ فیصد
تھوک بیوپار	۴۳۶۰ فیصد
بڑے خوردہ فروش	۳۲۹ فیصد

جدول ۳: اجتماعی محنت کے مقابلے میں انفرادی طور پر کام کرنے کے شائقین: ملک وار جائزہ

جاپان	۳۶۳ فیصد
جنوبی کوریا	۵۱۱ فیصد
تائیوان	۲۹۷ فیصد

جدول ۴: وہ کاروباری ادارے جو ضابطے کی سخت پابندی کو ترجیح

دیتے ہیں

جاپان	۷۴ فیصد
جنوبی کوریا	۵۲۷ فیصد
تائیوان	۲۹۷ فیصد

جاپان میں کاروباری اداروں کی انتظامیہ مسلمہ ضابطوں پر سختی کے ساتھ پابندی کی بجائے اس بات پر زور دیتی ہے کہ کام مکمل ہو اور مقاصد پورے ہوں۔ حقیقت پسند عہدیدار دفتر شاہی اور لال فیتے کی روایت اور ضابطوں کی لفظ بہ لفظ پابندی سے پرہیز کرتے ہیں۔ اس کی بجائے وہ مقاصد کی تکمیل کو ضروری سمجھتے ہیں، خواہ ضرورت پڑنے پر اس کے لئے ضابطے میں کچھ پیدا کرنی پڑے۔ اس پہلو سے مذکورہ تینوں ملکوں میں ”جے کے سی“ (جاپان، کوریا، تائیوان) بزنس سروے نے کارکنوں سے سوالات پوچھے اور ان کے جوابات قلم بند کئے۔ اے درجے کے ملازموں نے بتایا کہ وہ مقررہ اوقات کار کی سختی سے پابندی کرتے ہیں۔ اگر چھٹی کے بعد مزید تیس منٹ رک کر کوئی کام پورا ہو سکتا ہو تو بھی وہ کام چھوڑ دیں گے اور اسے دوسرے دن کے لئے اٹھا رکھیں گے۔ بی درجے کے ملازم اپنے آپ کو مقررہ وقت کا پابند نہیں سمجھتے۔ اگر کوئی کام مزید تیس منٹ رک کر پورا ہو سکتا ہو تو

وہ چھٹی کر کے جانے سے پہلے اسے پورا کر دیں گے۔ اب آپ کے فوقیت دیں گے، اے کو یابی کو؟ جدول ہی کے تحت موصول ہونے والے جوابات نہایت واضح تضاد پیش کرتے ہیں۔ جاپان کے کاروباری لوگ بھاری تعداد میں بی درجے کے ملازموں کے رویے کو پسند کرتے ہیں۔ کوئی کام اگر نوے فیصد پورا ہو چکا ہو تو اسے نامکمل چھوڑتے ہوئے جاپانیوں کو بڑی تکلیف ہوتی ہے۔ ان کے برعکس جنوبی کوریا کا ایک عہدیدار مقررہ اوقات کار کی پابندی کو نظر انداز کرنا اور جاپانیوں کی طرح حسب معمول کام کرتے رہنا پسند نہیں کرے گا۔ یہ فرق محض دونوں ملکوں کے درمیان کاروباری کلچر کا نہیں۔ جاپان اور کوریا کی روحانی اقدار اس کا فیصلہ کرتی ہیں کہ اولیت کام کی ہے یا ضابطے کی۔

جاپان اور تائیوان میں جواب دینے والوں کے درمیان جتنی تعداد نو جوانوں کی تھی، ان کا جھکاؤ اے درجے کے ملازموں کی طرف تھا۔ جنوبی کوریا میں اس کے برعکس دیکھا گیا یعنی نو جوانوں کی بڑی تعداد بی درجے کے ملازموں کے ساتھ تھی۔ یہ عجیب و غریب اختلاف تھا، جس نے ہماری تحقیقاتی ٹیم کے ارکان کو پریشان کر دیا لیکن جگہ کی تنگی کے پیش نظر یہاں اس کا تجزیہ مناسب نہیں۔

ان جوابات سے اور جو مسائل آئندہ زیر بحث آئیں گے، ان سے ظاہر ہوتا ہے کہ کسی تنظیم یا کاروباری ادارے میں کام کے جو طریقے رائج ہیں، ان میں اجتماعی محنت اور اس کے حق میں معاشرے کا ترجیحی رویہ کہاں تک اثر انداز ہوتا ہے۔

کاروباری کلچر کی متنوع صورتیں

انتظامی معاملات اور طریق کار پر علاقائی ماحول بھی اثر انداز ہوتا ہے، اس کا اندازہ مشرقی جاپان (ٹکیو کے گرد و پیش کا کانٹو علاقہ) اور مغربی جاپان (کانسائی کے علاقے اور اس کے وسط میں اوسا کا) کے درمیان ہر دو کے جداگانہ انتظامی طریقہ کار کا مقابلہ کر کے، کیا جاسکتا ہے۔ اوسا کا ٹائپ کی انتظامیہ کا انفرادی کردار یہ ہے کہ ان کے کاروباری لوگ سخت، آزاد اور خود رائے واقع ہوئے ہیں، جو حکومت سے کوئی مدد نہیں مانگتے اور افسر شاہی کی ”انتظامی رہنمائی“ کی مخالفت کرتے ہیں۔ ان کی نظریں نفع بخش مواقع پر لگی رہتی ہیں، وہ فوری عمل کرتے ہیں اور سامنے کے فائدے کو ترجیح دیتے ہیں لیکن

ٹوکیو کا ایک بڑا کاروباری ادارہ اوسا کا والوں کے برعکس حکومت سے مدد مانگتا ہے، سرکاری ”تجاویز“ کی پابندی کرتا ہے اور طویل المدت مقاصد پر نظر رکھتا ہے۔

پرشیا (Prussia) اور بویریا سے آنے والے جرمن باشندوں کے مزاج الگ الگ ہیں، لیکن جب قوم کا ذکر آئے تو ہم جرمن مزاج کی بات کر سکتے ہیں۔ اس طرح ٹوکیو اور اوسا کا کے کاروباری رویے نمایاں طور پر ایک دوسرے سے مختلف تھے، لیکن اس کے باوجود ان میں کوئی خصوصیت مشترکہ ضرور ہے جو انہیں مغرب کی اقوام سے ’چیلوں سے اور کوریالوں سے الگ کرتی ہے۔

بعض تجارتی کمپنیوں کے منفرد کاروباری کلچر ہیں جو کسی معاشرے یا علاقے کے مخصوص حالات کی عائد کردہ پابندیوں کے باوجود، مروجہ طور طریقوں سے الگ ہیں اور صاف پہچانے جاتے ہیں۔ اس کے علاوہ صنعتوں کے اپنے کلچر ہیں، جو ایک ہی طرح کی صنعتوں یا تجارتی کمپنیوں میں یکساں نوعیت کے کام کے دوران میں تشکیل پاتے ہیں۔ اس طرح کے منفرد کاروباری کلچر کی مثالیں متسوبیشی گروپ ہے، بنک کاری کے ادارے ہیں اور عام کاروباری فرمیں ہیں۔

ہر صنعت، کاروبار اور ان میں کام کرنے والے کارکن کے کردار کی تشکیل، معاشرے کے عام معمولات سے ہوتی ہے اور ساتھ ہی اس میں ایک مخصوص کاروباری کلچر کے اثرات شامل ہوتے ہیں۔ تاہم یاد رکھنا چاہئے کہ وہ کوئی قیدی نہیں جن کے ہاتھ پاؤں کلچر کے ایک آہنی جال میں بندھے ہوئے ہیں۔ ایک ہی شعبے کے اندر ایک ہی جیسی کمپنیوں میں یہ دیکھا گیا ہے کہ ایک کاروبار تیزی سے اوپر جاتا ہے اور اس کی آمدنی بھی سال بہ سال ترقی کرتی جاتی ہے، جب کہ دوسری کمپنی سست رفتاری سے اور بے دلی کے ساتھ کام میں لگی ہوتی ہے۔ ایک کمپنی کا نام اس کے منافع کو دیکھتے ہوئے ٹوکیو اسٹاک ایکسچینج کی فہرست میں آ جاتا ہے اور دوسری سرے سے غائب ہو کر دیوالیہ ہونے والوں میں شامل کر لی جاتی ہے۔ کارکردگی کا انحصار، ہر ادارے کی مخصوص قوت عمل پر ہے۔ ہمیں اس سروے کے دوران، صنعتوں میں نمایاں اختلاف نظر آیا۔ جاپان کی بڑی بڑی فرموں میں کارکنوں سے ہم نے درج ذیل سوالات پوچھے۔“

سوال نمبر ۱: جب کوئی فیصلہ کر لیا جائے تو کیا اس مسئلہ پر ایک عام اور کھلی بحث اہمیت رکھتی

ہے؟ یا اس کے لئے متعلقہ لوگوں سے نجی طور پر مشورہ کر لینا زیادہ مناسب ہوگا؟ چھوٹی صنعتوں کے ملازموں نے اور تھوک کے بیوپاریوں نے کھلے عام بحث کی تائید میں راء دی لیکن بھاری صنعتوں کے کارکنوں نے نجی مشورے کے طریقے کی حمایت کی۔

سوال نمبر ۲: کیا کمپنی کے فیصلے اعلیٰ ترین سطح پر رہید آفس میں ہونے چاہئیں، یا اس کی مرکزیت کو ختم کر کے فیصلہ کرنے کا اختیار ٹچل سطح پر اور ذیلی دفاتر کے سپرد کر دیا جائے؟ تھوک کے بیوپاریوں نے بالعموم اعلیٰ پر ہونے والے فیصلوں کی تائید کی، جب کہ مالیاتی صنعتوں نے واضح طور پر عدم مرکزیت کو ترجیح دی۔ ان کی رائے میں فیصلے ٹچل سطح پر ہونے چاہئیں۔

سوال نمبر ۳: کارکنوں کی کارکردگی کے بارے میں آپ کی رائے کیا کسی کارکن کے لئے اپنی بہترین کارکردگی دکھانا ہی کافی ہے یا مطلوبہ نتیجے کا حصول ضروری ہے؟ عام کاروباری کمپنیوں کے ملازموں کی اچھی خاصی تعداد نے ایک کارکن کی بہترین کوشش کو ہی کافی سمجھا اور اس کی تائید کی، خواہ اس کے نتائج کچھ بھی ہوں، لیکن تھوک کے بیوپاریوں نے کہا کہ لازمی امر نتائج کا حصول ہے۔

اخلاقی نوعیت کے مسائل پر صنعت کے شعبے میں جو جوابات موصول ہوئے، ان میں بھی بڑا فرق پایا گیا۔ اسی جائزے میں بعض مفروضوں کی بنیاد پر سوالات پوچھے گئے مثلاً یہ سوال، فرض کیجئے کہ آپ اپنا کیمرہ پارک کی بیچ پر بھول کر آ گئے۔ یاد آنے پر وہاں پہنچے تو کیمرہ غائب تھا۔ آپ بتائیے، دونوں میں زیادہ خطا وار کون ہے، کیا وہ شخص جو کیمرہ اٹھا لے گیا یا آپ خود جو کیمرے کو چھوڑ کر آ گئے تھے؟

پیداوار اور خدمات

کلچر کے ساتھ کاروباری معاملات کہاں تک شامل ہیں، اس بات کو سمجھنے کے لئے پیداوار اور خدمات کا ایک جائزہ لینا چاہئے۔ بازار میں اشیائے صرف کی رسد اور شہری خدمات کی جو صورت ہوتی ہے، خاص طور پر ترقی یافتہ صنعتی معاشروں میں وہ ان کی مادی زندگی کی کیفیت پر اثر انداز ہوتی ہے اور اس کا اثر گہرائی تک نہ سہی، لیکن ظاہر کلچر پر ضرور

پڑتا ہے۔ اس سے قطع نظر صنعتی اور کاروباری سرگرمیاں، ہمارے زمانے کے ہر مرد اور عورت کی زندگی کے ہر پہلو پر اثر انداز ہوتی ہیں۔ اس وقت بھی جب وہ اپنے دانتوں پر برش کرتا ہے یا جب وہ اپنے لئے کھانا تیار کرتا ہے، یہاں تک کہ انتہائی گہرے جذبات بھی متاثر ہوئے بغیر نہیں رہتے۔ بڑی بڑی صنعتی اور تجارتی کارپوریشنیں، ہر مرتبہ جب وہ اپنی کوئی پیداوار صارفین سے متعارف کراتی ہیں اور اسے پہلے سے موجود اشیاء کے مقابلے میں مختلف اور منفرد بتاتی ہیں تو گویا وہ ایک کلچر تخلیق کرتی ہیں۔ اس عمل کے دوران یہی صارفین اپنی پسند کا انتخاب کرتے ہیں اور زندگی کا ایک نیا قرینہ اختیار کرتے ہیں۔ ترقی یافتہ صنعتی ملکوں کے بازار پہلے ہی اشیاء صرف سے بھرے ہوئے ہیں اور لوگوں کی بنیادی ضرورتیں پوری ہو چکی ہیں، اب مارکیٹنگ کے لئے اصل چیلنج یہ ہے کہ لوگوں میں نئی مانگ پیدا کی جائے۔

امریکن ڈیپارٹمنٹ اسٹور کی ایک نامی گرامی ہستی جون وانا میکے ہے۔ کہا جاتا ہے اس نے ”ماؤں کے دن“ کے موقع پر ماؤں کو تحفے دینے کی رسم کا آغاز کیا۔ چنانچہ تہنیتی کارڈ، پھول بسکٹ اور ٹافیاں بنانے والی صنعتیں آج بھی خوب پھل پھول رہی ہیں۔ جاپان کے خوردہ فروشوں نے ثابت کر دیا کہ وہ بھی ذہن رسا رکھتے ہیں۔ نومبر کی 15 تاریخ، سی شی گو سین (Seven-Five-Three-Day) کہلاتی ہے۔ اس روز سات، پانچ اور تین سال کے بچے اپنے بہترین لباس پہنتے ہیں اور انہیں معبد لے جایا جاتا ہے۔ اس موقع پر بچوں کے لئے نئے ملبوسات خریدے جاتے ہیں۔ اس موقع کے لئے مذکورہ رسم کا آغاز ٹوکیو میں بڑی حد تک موجودہ صدی کے ڈیپارٹمنٹ اسٹوروں نے کیا۔ انہوں نے ہمارے پرکھوں کی ایک بہت پرانی رسم کو اختیار کر لیا، وہ یہ کہ سال کے گیارہویں مہینے (نومبر) کی گیارہویں تاریخ کو تین یا سات سال کے بچوں کو معبد میں لے جا کر ان کے جسموں کو بدروحوں کے اثرات سے پاک کرتے ہیں۔ ڈیپارٹمنٹ اسٹوروں نے نہایت ہوشیاری سے اشتہاری مہم شروع کی اور والدین کو شیشے میں اتار لیا کہ اس مبارک موقع پر بچوں کے لئے قیمتی ملبوسات ضرور خریدے جائیں۔ یہ رسم دوسری عالمی جنگ کے بعد ٹوکیو سے نکلی اور پہلے اوسا کا اور پھر جاپان کے طول و عرض میں پھیل گئی۔ ایسی زیادہ تر رسمیں، جن میں رشتہ داروں اور دوستوں کے درمیان تحائف تقسیم

کئے جاتے ہیں مثلاً جاپان کے بون سیزن (Bon Season) میں اور جنوبی کوریا میں ”چک“ (Chusok) کے موقع پر تقریبات (یہ زمانہ قدیم سے کنفیوشس کے نام سے ایک رسم چلی آتی ہے)۔ اسی طرح مغرب سے آنے والی رسمیں مدرز ڈے (Mothers Day) اور فادرز ڈے (Fathers Day) ان سب کی تخلیق تاجروں نے کی۔ امریکہ میں یہ ساری کاروباری حکمت عملی وائس پیکارڈ نے ایک جلد میں مرتب کر دی ہے جس کا نام خفیہ ترغیب کار (The Hidden Persuaders) ہے۔ کاروبار سے نئی مصنوعات اور نئے فیشن فروغ پاتے ہیں۔ ان سے مسلسل خرچ کرنے کی خواہش پیدا ہوتی ہے اور نئی مصنوعات کے حصول کی ترغیب ملتی رہتی ہے۔ تاجروں کی ترجیح ”پاکٹ بک“ ہوتی ہے، یعنی ایسی مصنوعات جنہیں جیب میں رکھ کر ایک سے دوسری جگہ پہنچایا جاسکے لیکن تاجر انہ کاروباری مہم سے نظام اقدار بھی متاثر ہوتا ہے مثلاً سوئی کے واک مین کے کیسٹ ٹیپ پلیئر نے لوگوں کے لئے موسیقی سے لطف اندوز ہونا آسان کر دیا۔ اب وہ بازار میں چلتے پھرتے، سائیکل پر سوار، ٹرین کے سفر میں، غرض ہر جگہ موسیقی اپنے ساتھ رکھ سکتے ہیں۔ مہربند بوبوں میں کپکے پکائے کھانوں نے شادی شدہ خواتین کی بہت بڑی تعداد کے لئے خانہ داری سے نکل کر باہر کام کرنا آسان بنا دیا۔ کاغذ کی پلیٹوں اور پیالیوں نے، کہ انہیں استعمال کیا اور پھینک دیا، اور ایسی ہی دیگر مصنوعات نے لوگوں کے رویوں میں تبدیلی پیدا کی ہے۔ کسی شے کا ضائع کرنا پہلے یہاں معیوب سمجھا جاتا تھا، کفایت شعاری اور مصنوعات کی مضبوطی کو ترجیح دی جاتی تھی، اب اس رویے پر سہولت حاوی ہوتی جا رہی ہے چاہے سہولت برتنے میں چیزیں ضائع ہی کیوں نہ ہوں۔ ٹیلی وژن کے آنے سے یہ رجحان پیدا ہوا ہے کہ الیکٹرانک کی چیزیں زیادہ پسند کی جانے لگی ہیں (وی سی پی، وی سی آر، ڈش انٹینا وغیرہ) چھپے ہوئے الفاظ اب پرکشش نہیں رہے۔ کسی چیز کی مدلل پیشکش کے مقابلے میں ایسا سطحی مواد زیادہ پسند کیا جاتا ہے جو احساسات پر اثر انداز ہو۔ تاہم ابھی تک یہ بات واضح نہیں ہو سکی کہ آیا مارکیٹنگ کے موجودہ طریقے عوام کو اپنے ساتھ لے کر چل رہے ہیں یا زیریں سطح پر مذاق عام میں جو تبدیلی رونما ہو رہی ہے، یہ انہیں کی تقلید کر رہے ہیں۔ کیا تاجر بے خبر صارفین کو ان اشیائے صرف کی طرف ”دھکیل“ کر لے جا رہے ہیں، جن کی انہیں ضرورت نہیں یا خود صارفین انہیں ایک خاص سمت میں ”کھینچ“ کر لے جانا چاہتے ہیں اور

صنعتیں اور تاجرا دارے ان کی مانگ پر پورا اترنے کی کوشش کر رہے ہیں؟

”جے کے سی“ (جاپان، کوریا، تائیوان) کی کاروباری سروے ٹیم نے جاپان میں یہی سوال پوچھا، جواب ملاحظہ کیجئے: اے کا خیال ہے کہ فیشن کی صنعت مسلسل نئے سٹائل کے ملبوسات اور جوتے وغیرہ تیار کر رہی ہے جس سے صارفین میں ان اشیاء کے حصول کی تحریک پیدا ہوتی ہے۔ اے کا دعویٰ ہے کہ ملبوسات اور دیگر اشیاء صرف کے ڈیزائن بنانے والے اور انہیں تیار کرنے والے اور ابلاغ کے وہ ذرائع جو فیشن کی تشہیر کرتے ہیں یہی عناصر مل جل کر مذاق عام کا فیصلہ بھی کرتے ہیں۔ تاہم بی کا خیال اس سے مختلف ہے۔ ان کا کہنا ہے کہ فیشن اپنی ہی رفتار سے اور اپنی ہی مقرر کردہ سمت میں چلتا ہے۔ تجارتی مفادات نہ تو اس رفتار میں تیزی لا سکتے ہیں اور نہ اس کا رخ موڑ سکتے ہیں۔ ملبوسات، جوتے اور کاسمیٹکس بنانے والی کمپنیاں نہایت تیز رفتار کے ساتھ اپنی مصنوعات اس امید کے ساتھ مارکیٹ میں لا رہی ہیں کہ شاید یہی اشیاء صارفین کے ذوق پر پوری اتریں اور ہاتھوں ہاتھ نکل جائیں۔ بی کی گفتگو کا حاصل یہ ہے کہ کاروباری سرگرمیاں، صارفین میں ترجیحات پیدا نہیں کرتیں۔ آپ کس کی بات سے اتفاق کریں گے؟

بڑی بڑی کمپنیوں، بھاری صنعتوں اور مالیاتی اداروں میں سوال نامے پر کرنے والوں کی ایک بڑی تعداد جو اشیاء صرف کی پیداوار سے واسطہ نہیں رکھتی، یہ کہتی ہے کہ یہ تجارتی مال بنانے والے ہی ہیں جو نئے رجحانات اور نئے اسلوب زندگی کے لئے ترغیبات پیدا کرتے ہیں۔ (ملاحظہ کیجئے، جدول ۵) تاہم خوردہ فروش اداروں کے مالکوں کی ایک بڑی تعداد جن کا عام لوگوں سے براہ راست تعلق ہوتا ہے، اس کے برعکس سوچتی ہے۔ ان کا کہنا یہ ہے کہ صارفین رہنمائی کرتے ہیں اور تجارتی مال بنانے والے ان کے پیچھے چلتے ہیں۔ صحیح بات غالباً ان دونوں کے بین بین ہے۔ کبھی کبھی کارپوریشنیں عوامی ذوق پیدا کرتی ہیں اور کبھی وہ ایک ایسی پبلک کے رحم و کرم پر ہوتی ہیں جن کی رائے تیزی سے بدلتی رہتی ہے۔

جدول ۵: جوابات ان افراد کے جن کی رائے میں، کاروبار فیشن کی تخلیق کرتا ہے

۳۲ فیصد	چھوٹی صنعت
۳۶.۳ فیصد	بھاری صنعت
۳۶.۲ فیصد	عام کاروباری فرمیں
۴۷.۳ فیصد	مالیاتی ادارے
۲۰.۸ فیصد	تھوک بیوپاری
۷.۴ فیصد	بڑے خوردہ فروش
۳۳.۷ فیصد	کام کی نوعیت کے لحاظ سے عام کارکن
۳۳ فیصد	انتظامیہ

کارپوریشنیں، جو کلچر میں تبدیلیوں کی محرک ہوتی ہیں

کارپوریشنیں اکثر نادانستہ طور پر ثقافتی تبادلوں کا وسیلہ بن جاتی ہیں۔ برطانیہ میں برقی زینہ (Escalator) استعمال کرنے والے لوگ جو آہستگی سے زینہ اترنا چاہتے ہیں، زینے کے دائیں جانب کھڑے ہوتے ہیں اور بائیں طرف کی جگہ ان لوگوں کے لئے چھوڑ دیتے ہیں، جو تیزی سے اوپر جانا چاہتے ہیں۔ جاپان میں برقی زینے چڑھتے اترتے وقت، اپنے پاؤں پر چلنے یا دوڑنے کا رواج نہیں۔ وہاں بیشتر لوگ خاموشی سے ایک طرف کھڑے رہتے ہیں، لیکن خیال کیا جاتا ہے کہ ان کے یہاں یہ رواج دوسری عالمی جنگ سے پہلے شروع ہوا۔ برقی زینے جاپان میں پہلی بار ڈیپارٹمنٹ اسٹور کے اندر لگائے گئے۔ ان کے استعمال کرنے والوں میں دیہات سے آنے والے کسان تھے۔ انہوں نے گھومتے ہوئے زینے پہلے کبھی نہیں دیکھے تھے۔ اس اندیشے کے تحت کہ یہ دیہاتی گنوار کہیں گرنے پڑیں اور مشینری میں کہیں الجھ کر زخمی نہ ہو جائیں، اسٹور کے عملے نے یہاں آنے والوں کو ہدایت کر دی تھی کہ زینے پر جہاں کھڑے ہوں خاموشی سے کھڑے رہیں۔ زینہ از خود انہیں اوپر پہنچا دے گا۔ اس طرح جاپان میں برقی زینے پر چڑھنے کا یہی طریقہ رائج ہو گیا۔

کئی سال گزرے، سیول میں لوٹے ڈیپارٹمنٹ اسٹور نے جو ایک جاپانی کمپنی کا ذیلی ادارہ ہے، اپنے یہاں ایک نیا برقی زینہ لگایا۔ ملازم لڑکیوں نے اور ریکارڈ کئے ہوئے پیغامات کے ذریعے اسٹور کی انتظامیہ نے صارفین کو ہدایت کی کہ زینے کے وسط میں

کھڑے رہیں۔ انہوں نے اس طریقے کی ہدایت کی جو جاپان میں رائج ہے اگر اسٹور نے اپنے خریداروں کو برطانوی طریقے کے مطابق زینہ استعمال کرنے کی ہدایت دی ہوتی تو وہی طریقہ سارے جنوبی کوریا میں رواج پا چکا ہوتا۔

جاپان آنے والے سیاح بہت جلد یہ دیکھ سکتے ہیں کہ جب مختلف رسوم کے درمیان تصادم ہوتا ہے تو اس وقت کیا کیفیت ہوتی ہے۔ نیوٹو کیوانٹریشنل انٹرپورٹ پر مسافروں کے لئے ایک طویل راہداری بنائی گئی ہے۔ بہت سے جاپانی اس پر اس طرح بے حرکت کھڑے رہتے ہیں جیسے وہ بھی کوئی برقی زینہ ہو، مغرب سے آنے والے سیاح اکثر اپنی تیز رفتاری میں ان سے ٹکرا جاتے ہیں۔ ثقافتی تصادم ان دونوں طرح کے مسافروں کے درمیان چند منٹ کے اندر ہی شروع ہو جاتا ہے۔ لوٹے ڈیپارٹمنٹ اسٹور میں بھی ملازم لڑکیوں کو تربیت دی گئی ہے کہ جاپان کے طریقے کے مطابق گاہکوں کے آگے جھک کر پیش آئیں۔ غالباً سیول کے لوگوں کو یہ رسم کچھ عجیب سی لگتی ہے۔ کوریا کی دکانوں میں ایسی کوئی رسم موجود نہیں کہ گاہکوں کے ساتھ ان کی سرپرستی کے صلے میں اس قدر جھک کر ملا جائے۔ گویا لوٹے کا اسٹور، جنوبی کوریا کی خوردہ فروشوں میں ایک نیا عنصر داخل کر رہا ہے۔ اس ڈیپارٹمنٹ اسٹور نے اپنے خاص دنوں میں پس منظر کی موسیقی بھی شروع کر دی ہے، جو تیز دھنوں میں بجائی جاتی ہے۔ گویا جنوبی کوریا کے کاروباری کچھ میں خوردہ فروشی کے نئے انداز رواج پارہے ہیں۔

کسی معیشت میں تجارت کی ترقی کا اندازہ اس بات سے ہوتا ہے کہ خوردہ قیمت فروخت جو سودے بازی کے لئے مقرر کی جاتی ہے، وہ کب آگے نکل کر ’ایک دام‘ کے مطالبے پر ختم ہوتی ہے اور دکاندار کسی شے کی وہی قیمت وصول کرتا ہے جو اس نے ساتھ لگی ہوئے پرچی پر لکھ دی ہے۔ جاپان میں ایک دام کے اصول کا آغاز متسوئی ایچی گویا کی میوا اسٹور نے سولہویں صدی میں شروع کیا تھا۔ اس زمانے میں کیونو فروخت کرنے والے دوسرے تاجر بھی اپنے گاہکوں کے گھروں پر جاتے تھے اور اپنا مال ان کے حوالے کر دیتے تھے۔ ایچی گویا نے اس طرح کا بندوبست نافذ کر دیا تھا کہ دکان کے اندر نقد ادائیگی کے عوض مقررہ نرخ پر مال بیچا جائے گا۔ مقصد اس طریق کار کا یہ تھا کہ کم منافع کے عوض فوری فروخت کا سلسلہ جاری رہے اور سرمایہ تیزی سے گردش میں رہے۔

رضا کارانہ کاروباری لین دین میں عام طور پر معاشی چابک دستی کامیاب ثابت ہوتی ہے، لیکن یہ ضروری نہیں کم مروجہ دستور معقولیت پر مبنی ہوں اور نئے طور طریقوں کے لئے آسانی سے جگہ چھوڑ دیں۔ ایک سوسائٹی اپنا کاروبار کس نہج پر چلاتی ہے، اس میں تبدیلی پیدا کرنا ایک نہایت دیر طلب عمل ہے۔ امریکہ کی سپر مارکیٹوں نے ”سیلف سروس“ کا جو طریقہ نکالا ہے، وہ بڑی تیزی سے یورپ، جاپان، روس اور چین میں مقبول ہو رہا ہے۔ تاہم ”کریڈٹ“ کارڈ کو اس بڑے پیمانے پر قبول نہیں کیا گیا۔ کچھ تجارتی طریقے، مخصوص ثقافت کی سطح سے بلند ہو کر غیر محسوس طور پر اپنی جگہ پیدا کر لیتے ہیں۔ کچھ دوسرے طریقے محض اپنے ہی کلچر میں رواج پاتے ہیں۔ ایسی مستعدی اور چابک دستی جو تجارتی لین دین میں دنیا بھر میں عام ہے، اکثر روایات کے آگے بارمان لیتی ہے۔

اس ساری گفتگو کا خلاصہ یہ ہے کہ کسی کارپوریشن یا معاشرے کو سمجھنے کے لئے ہمیں دونوں باتوں پر نظر ڈالنی چاہئے، یعنی استدلال کے تحت جاری عمل، جیسے سیاست اور معیشت وغیرہ، دوسرے کلچر کی غیر عقلی حدود۔ جاپان کا کلچر زمانہ قدیم میں ہمارے آباؤ اجداد نے تخلیق کیا تھا، ان کے بعد آنے والی نسلوں نے اس کلچر کو اور اس کے رویوں کو سیکھا۔ کاروبار کی دنیا معاشرے میں اپنے اثرات شامل کرتی ہے اور معاشرے کے اثرات اپنے اندر جذب کرتی ہے۔ کارپوریشنیں بھی خارجی عوامل سے متاثر ہوتی ہیں اور دانستہ یا غیر محسوس انداز سے وہ کلچر پھیلاتی ہیں، جو ان کی مصنوعات، خدمات اور اشتہارات کے نتیجے میں پیدا ہوتا ہے۔

کلیچر - ایک رکاوٹ جو نظر نہیں آتی

جبو جیٹ طیاروں اور کمپیوٹر کی جدید ترین سہولتوں، نیز مائیکرو چپس (وہ ننھا سا آلہ جس میں کئی برقی سرکٹ نصب ہوتے ہیں) کی بدولت ہماری دنیا سمٹ کر بہت چھوٹی ہو گئی ہے۔ بونگ 747، تجارتی معاملات کے تصفیے کے لئے سفارت کاروں کا ایک مشن لے کر بحر الکاہل پر پرواز کرتا ہوا گزرتا ہے، اعلیٰ انتظامی عہدیدار دنیا کے نصف درجن ملکوں میں مشترکہ سرمایہ کاری کے امکانات اور ساحلی شہروں میں صنعت کاری کے معاہدوں پر غور و بحث کرتے ہیں، بینک کاری کے ماہرین برسلز اور ٹوکیو کی عالمی منڈیوں میں یورو پاؤنڈ اور دیگر کرنسیوں کی شرح تبادلہ کا حساب لگاتے ہیں اور کانفرنسوں میں شرکت کے لئے جانے والے عالمی ماہرین سانس کے نہایت حساس اور باریک نکات پر غور کرتے ہیں۔ انہیں میں بہت سے مسافر ہلکا پھلکا کمپیوٹر گود میں رکھے، دوران سفر ٹائپ بھی کرتے جاتے ہیں۔ ہوائی اڈے پر اترنے کے بعد وہ اپنا مضمون موڈیم (Modem) کے ذریعے الیکٹرانک کے میل باکس کے حوالے کر کے مطلوبہ جگہوں پر اسے پہنچانے کا اہتمام کریں گے یا اس کی نقل اپنے رفقا کو، دنیا کے انتہائی دور افتادہ مقامات پر ارسال کر دیں گے۔ مختلف سیاسی اور اقتصادی نظام اپنے مابین اختلافات کو برحق تسلیم کرتے ہیں کیونکہ ہر نظام اپنی داخلی منطق کے تابع ہے اور یہ ایک دوسرے کو قبول کرنے ہی کا نتیجہ ہے کہ مختلف ریاستوں اور تجارتی برادریوں کے درمیان افراد کی آمد و رفت اور پیغامات کی ترسیل کا سلسلہ تیزی سے جاری ہے لیکن ثقافتی نظام اپنی بنیاد میں ہمہ گیر منطقی اور پرانی اقدار کے بوجھ تلے دبے ہوتے ہیں لہذا ان کی وجہ سے اکثر اوقات قوموں کے درمیان مفاہمت اور دوستی میں رکاوٹ پڑتی ہے۔

جاپان کا ایک وفد عوامی چین کے دورے پر گیا۔ وفد میں، میں بھی شامل تھا۔ چین کے عہدیداروں نے ہمارا پر جوش خیر مقدم کیا۔ چینی معاشرے کی اقدار سے ہمارا پہلا

تصادف اس وقت ہوا جب ہمارے گروپ کے سربراہ کو ایک شاندار گاڑی پر سوار کرا کے بھجوا دیا گیا اور باقی ہم سب کو ایک منی بس میں ٹھونس دیا گیا۔ چین کے معاشرے میں کسی تنظیم کے لیڈر کو اپنے ماتحت افراد پر حاکمانہ اختیارات حاصل ہوتے ہیں اور ان کے ساتھ شاندار ترجیحی سلوک کیا جاتا ہے۔ تاہم جاپانیوں کے نزدیک، جو دوسری عالمی جنگ کے زمانے سے ہی مساوی سلوک کے عادی ہو چکے ہیں، لیڈر، محض وہ شخص ہے جو اپنے گروپ کے لئے ہر طرح کے معاملات کی دیکھ بھال کرتا ہے۔ اسے ایک منتظم سمجھ لیں، اس سے زیادہ کچھ نہیں۔ ہر وہ جاپانی جو چین جاتا ہے، وہ پہلے سے یہ بات ذہن نشین کر لیا کرتا ہے کہ وہ ایک سوشلسٹ ملک ہے، جہاں کی اپنی اقتصادی منصوبہ بندی ہے اور لازمی بات ہے کہ وہ کسی سرمایہ دار ملک اور جاپان سے بھی جہاں ”منڈی کی معیشت“ نافذ ہے، مختلف ہوگا۔ بہر حال ہم نفسیاتی طور پر اس ثقافتی بعد کے لئے تیار نہیں تھے کہ ایک رکن کو تو ایک بلند مرتبہ خاص مہمان سمجھا جائے اور اسی وفد کے دوسرے ارکان بالکل لٹو پٹو سمجھ لئے جائیں۔

غیر ملکی مہمانوں میں حیران ہونے والے صرف ہم ہی نہیں تھے۔ امریکی مہمان جن کی تربیت جمہوری انداز میں ہوئی تھی، وہ بھی اس رد عمل میں مبتلا تھے۔ ایک امریکی گروپ نے ہر روز اپنا لیڈر بدلنا اور باری باری نیا لیڈر بنانا شروع کر دیا تاکہ شاندار گاڑی میں پاؤں پھیلا کر بیٹھنے کا موقع سبھی کو ملے۔ معلوم ہوا کہ چینی اس ”فضول حرکت“ پر سخت ناراض ہوئے۔ ان کے حکام نے امریکی رد عمل کو چینیوں کی خوشامد اندہ روش کا تقاربت آمیز جواب سمجھا ہوگا۔ بہر حال چینیوں نے اسے اپنے تنظیمی اصولوں یعنی اپنے ثقافتی نظام کی خلاف ورزی قرار دیا۔

کھانے کی میز کے آداب مختلف ملکوں اور ثقافتی علاقوں میں مختلف ہوتے ہیں۔ اوساکا میں ”نوڈلز“ کھاتے وقت منہ سے سڑپ سڑپ کی آواز نکالنا جائز ہے لیکن ڈیٹرائٹ میں نہایت معیوب۔ حالانکہ چینی اور جاپان ہمسایہ ممالک کے باشندے ہیں لیکن دونوں کو ساتھ بیٹھ کر کھانا کھانا پڑے تو بے چینی محسوس کرتے ہیں۔ کھانے کے بعد اگر چاچ اسٹک کو قرینے سے نہ رکھا جائے تو جاپانی اسے خلاف تہذیب سمجھیں گے لیکن چینیوں کے ساتھ معاملہ یہ ہے کہ کھانے کی میز پر اگر چاچ اسٹکس بے ترتیبی سے بکھیر ہوں تو یہ اس بات کا ثبوت ہوگا کہ مہمان نے خوب شکم سیر ہو کر کھایا ہے۔ چین میں ایک سرکاری ڈنر کے موقع

پر تمام مہمان دفعتاً کھانا شروع کر دیتے ہیں۔ پھر ایک مرحلے پر پہنچ کر جب بھوک کی شدت باقی نہیں رہتی تو تقریروں کا سلسلہ شروع ہوتا ہے۔ چینوں کے خیال میں اگر سامنے مزیدار کھانوں کی پلیٹیں دھری ہوں اور وہ انہیں ہاتھ بھی نہ لگا سکیں تو اس حالت میں بھوک کے پیٹ کوئی بھی تقریر سے لطف اندوز نہیں ہوگا۔ جاپان میں سرکاری ضیافتوں میں اکثر سماجی تقریبات کے موقع پر بھی کھانا پینا بعد میں ہوتا ہے، تعارف اور تقریریں پہلے ہوتی ہیں۔

جاپان اور کوریا کے درمیان اقتصادی تعاون میں کلچر بھی ایک رکاوٹ ہے، ایسی رکاوٹ جو بظاہر نظر نہیں آتی۔ جاپان، کوریا اور چین کے سروے کے دوران معلوم ہوا کہ جاپان اور کوریا کے لوگ اگر کسی مشترکہ منصوبے پر کام کر رہے ہوں تو ان کی رخصتی کا وقت بھی کشیدگی کا سبب بن سکتا ہے۔ اس وقت سوال یہ پیدا ہوگا کہ جو کام ہاتھ میں ہے، اسے ختم کرنے کے بعد چھٹی کی جائے یا چھٹی مقررہ وقت پر کی جائے۔

ترغیبات بھی راستے کی رکاوٹ بن سکتی ہیں۔ اس سروے کے دوران ہم نے مندرجہ ذیل سوال پوچھا:

بعض لوگوں کا خیال ہے کہ اگر کوئی شخص معاشرے کی بہبود کا کام کرتا ہے تو اس کے کام کا اعتراف کسی طرح ضرور ہونا چاہئے مثلاً اسے اعزاز میں ڈگری دی جائے یا تمغہ دیا جائے اور بس اتنا ہی اعتراف کافی ہوگا، باقی رہا مادی فائدے والا انعام تو اس کی حیثیت ثانوی ہوگی۔ اس کے برعکس کچھ دوسرے لوگ سمجھتے ہیں کہ مالی معاوضے کو ترجیح دی جانی چاہئے۔ باقی رہے اعتراف کے دوسرے طریقے تو ان کی حیثیت ثانوی ہے۔ اس بارے میں آپ کا نقطہ نظر کیا ہے؟

جدول ۶: معقول انعام پر اعتراف کو ترجیح دینے والے ممالک کی رائے

جاپان	۴۶٪ فیصد
جنوبی کوریا	۷۱٪ فیصد
چین	۵۶٪ فیصد

خدمت کے اعتراف کو انعام پر فوقیت دینے والے لوگوں کی فیصد تعداد جدول ۶ میں آپ نے ملاحظہ کی۔ جنوبی کوریا والوں کی اور بھی تعداد ہے جو جاپانیوں کے مقابلے میں

خدمت کے اعتراف کو انعام پر ترجیح دیتی ہے۔ اس کے علاوہ کوریا کے نوجوانوں میں ان کی فیصد شرح بڑھتی گئی ہے۔ جاپانی جتنا کم عمر ہوگا، مالی انعام کو اسی شدت سے ترجیح دے گا ان اعداد و شمار سے سماج میں رونما ہونے والی ان تبدیلیوں کا اور اس نمایاں فرق کا اندازہ ہوتا ہے جو دوسری عالمی جنگ کے بعد رونما ہوا۔ جاپان میں جب ۱۹۵۶ء میں ٹی وی کی کمرشل نشریات کا آغاز ہوا تو نوجوانوں میں دولت کمانے اور مال اسباب جمع کرنے کی خواہش بڑی شدت سے پیدا ہوئی۔ اس کے ساتھ ہی جنگ کے بعد جو تعلیمی اصلاحات نافذ کی گئیں، ان کے تحت، نصابی مضامین سے اخلاقیات کا درس نکال دیا گیا، کیونکہ ان کا تعلق جنگ سے پہلے کی اکثریت سے تھا۔ اس طرح مادی اقدار کے لئے تیزی سے پھیلنے کا راستہ کھل گیا۔ جنوبی کوریا میں اس کے برعکس اگرچہ ٹکنولوجی کی لائی ہوئی ویسی ہی جدت پسندی بروئے کار آ رہی تھی، لیکن ملک میں جو نظریاتی کشاکش موجود تھی، اس سے ظاہر تھا کہ نوجوانوں اور بوڑھوں، دونوں نسل کے لوگوں میں مثالیت پسندی (آئیڈیل ازم) کے لئے کشش ابھی باقی تھی۔ اس طرح کوریا کے لوگوں میں مالی انعام کے مقابلے میں خدمت کے اعتراف کی خواہش کا پایا جانا فطری تھا۔ جنوبی کوریا کے دفاتر میں مجھے جب جانے کا موقع ملا میں نے وہاں تعریفی اسناد اور ٹرافیوں کو نمایاں طور پر اور بڑے فخر کے ساتھ سجا ہوا پایا۔ جاپان میں اعلیٰ عہدیداروں کے دفاتر کے اندر شیلف پر کتابیں اور رسالے، ملکی اور غیر ملکی، ایک ترتیب کے ساتھ سجے ہوئے نظر آتے ہیں۔ (وہ انہیں پڑھتے بھی ہیں، یا نہیں۔ یہ دوسری بات ہے)

فرض کیجئے ایک کمپنی ہے، جس کے نوجوان کارکنوں میں جاپانیوں اور جنوبی کوریا سے آنے والوں کی تعداد برابر ہے۔ یہاں جب کارکنوں کی ترقی یا بونس کی تقسیم کا سوال آئے گا تو فیصلہ کرتے وقت واضح طور پر مخالف دھڑے بن جائیں گے۔ جاپانیوں اور جنوبی کوریا والوں کے خیالات کے درمیان چینپوں کا رویہ بین بین ہوگا، جیسا کہ جدول ۴ اور ۶ میں چھٹی کے وقت اور معاوضے کے سلسلے میں دیکھا جا چکا ہے۔ ایک بڑی کارپوریشن ہے جس میں تین قوموں کے لوگ کام کر رہے ہیں۔ چینپوں کے خیالات چونکہ اوسط درجے میں آتے ہیں اس لئے باقی دو اقوام کو اسی رائے پر متفق کیا جاسکتا ہے، حالانکہ مقبول عام گانوں، ٹی وی ڈراموں اور رومان انیمیز فلموں کے سلسلے میں جاپانیوں اور جنوبی کوریا والوں

کی پسند ایک سی ہے، لیکن اوپر جو اعداد سامنے آئے ہیں، ان سے ظاہر ہے کہ تنظیمی کارکردگی اور کام کے طریقوں کے بارے میں ان کے یہاں شدید اختلاف موجود ہے، جن کی تہہ میں ہر قوم کے مخصوص ثقافتی اور نفسیاتی مراحل کفر ما ہیں۔

ہمارے سروے سے پتہ چلتا ہے کہ ہر ثقافت کے ساتھ انتظامی طریقے بدل جاتے ہیں۔ جس طرح ایک انتظامیہ جاپانی طرز کی ہے، اسی طرح ایک انتظامیہ جنوبی کورین طریقے کی ہے اور ایک تیسری قوم کا اپنا طریقہ ہو سکتا ہے۔ ہمیں ان میں سے ہر ایک کلچر کے مخصوص عناصر کو سمجھنا چاہئے۔ سب سے پہلے تو یہ فیصلہ کرنا چاہے کہ ایک ثقافتی منطقہ کی حدود کیا ہیں، اس کے بعد اس کے بنیادی عناصر کو الگ الگ کر کے دیکھنا ہوگا۔

ثقافتی منطقہ کیا ہے؟

ہم اکثر ”جاپانی کلچر“، ”چینی کلچر“ یا ”ہسپانوی کلچر“ کی باتیں کرتے ہیں۔ کیا ثقافتی منطقہ کا تعین ایک قومی ریاست کی سیاسی حدود سے ہوتا ہے؟ کیا کوئی نسلی گروپ اس کا تعین کرتا ہے؟ کیا مذہب یا نظریہ، ایک ثقافتی منطقہ کی حدود کا تعین کرتے ہیں؟ غالباً یہ زبان یا رسوم و رواج ہیں جو ایک ثقافتی منطقہ کی حدود کا تعین کرتے ہیں اگر قومی سرحدوں اور نظریے کو بنیادی محرک مان لیا جائے تو انہیں راستے سے ہٹانا نسبتاً آسان ہے۔ غیر منقسم جرمنی کو ہی دیکھ لیجئے حالانکہ مشرقی اور مغربی جرمنی میں جو سیاسی اور اقتصادی نظام رائج ہیں وہ ایک دوسرے سے انتہائی مختلف ہیں، لیکن بہت سے معاملات میں ثقافت ان کے درمیان مشترک ہے۔ فن تعمیر کے معاملے میں مشرقی اور مغربی دونوں جرمنی میں عمارتوں کی ساخت اور شہروں کے نقشے ایک سے ہیں۔ سرحدوں کے دونوں طرف جرمن ایک ہی جیسے کھانے کھاتے ہیں۔ سرد جنگ کے باوجود اور دونوں کے درمیان سیاسی اور اقتصادی اختلاف کے باوجود کہا جاسکتا ہے کہ ایک کلچر ان میں مشترک ہے۔ (یہ تحریر اس زمانے کی ہے جب مشرقی اور مغربی جرمنی ایک نہیں ہوئے تھے)۔

وسطی امریکہ اور جنوبی امریکہ کو بہت سے چھوٹے چھوٹے ممالک کے درمیان تقسیم کر دیا گیا ہے۔ لیکن ان میں بسنے والے لوگ اور ان کے معاشرے ایک سے ہیں۔ اس کے برعکس اگرچہ مغربی جرمنی اور فرانس دونوں ملکوں میں سرمایہ دارانہ جمہوریتیں ہیں،

لیکن ان کے درمیان ثقافتی امتیاز نمایاں ہے۔

دنیا میں کچھ بڑی قومی ریاستیں موجود ہیں، مثلاً چین، ہندوستان اور انڈونیشیا۔ ان میں بسنے والے باشندوں کے درمیان خاصہ تنوع پایا جاتا ہے، مذہبی اور ثقافتی دونوں اعتبار سے۔ کچھ ایسا ہے کہ جس علاقے میں ایک میں ایک مخصوص نسلی، لسانی گروہ کے لوگوں کی اکثریت آباد ہے، وہی اس کا ثقافتی منطقہ ہے۔ لیکن کچھ چھوٹے ملک بھی ہیں مثلاً یوگوسلاویہ، سوئٹزرلینڈ اور بلجیم۔ ان میں بسنے والے مختلف نسلی لسانی گروپ کے لوگوں نے اپنا ایک قومی کلچر بنا لیا ہے۔ دوسری طرف ہندوستان کے ہندو، بودھ اور پارسی ہیں جو نسلی لسانی حدود کے اندر ایک ہی جیسے ہیں، لیکن مذہبی عقائد نے انہیں اس طرح تقسیم کر رکھا ہے کہ وہ آپس میں شادی بیاہ نہیں کرتے اور کہا جاسکتا ہے کہ وہ الگ الگ ثقافتوں کے مالک ہیں۔ کلچر کے تعین میں مذہب بنیادی عنصر ہو سکتا ہے، لیکن مذہب کا اثر کبھی کبھی نسل اور کلچر کی حدود کو پار کر کے دور تک جاسکتا ہے۔ اسلام، انڈونیشیا سے لے کر مشرق بعید میں جنوبی فلپائن تک اور مشرق قریب میں مراکش اور شمالی افریقہ تک پھیلا ہوا ہے۔ مسیحیت کے ماننے والوں میں یورپ کے اندر کاکیشیا کے باشندے اور شمالی امریکہ کے علاوہ بحرالکاہل کے وسطی اور جنوبی علاقے کے لوگ شامل ہیں۔ ہندو دھرم بھی جس کے ماننے والے ہندوستان میں پائے جاتے ہیں، انڈونیشیا کے مشرق میں اور آگے بڑھتے ہوئے دوسرے ثقافتی علاقوں کو پار کر گیا ہے۔ بدھ مت نے بھی مختلف علاقوں میں جڑیں پکڑ لی ہیں، یہ ہندوستان، تبت، چین اور جاپان میں پھیلا ہوا ہے۔ مقصد کہنے کا یہ ہے کہ عقائد، ثقافتی منطقوں میں پابند ہو کر نہیں رہتے۔

زبان: کلچر کے تعین کا ایک بنیادی عنصر

کلچر اور زبان دونوں ایک دوسرے سے میل کھاتے ہیں اور ہم آہنگ ہیں۔ سوئٹزرلینڈ، یوگوسلاویہ، کینیڈا، چین اور روس، ان سب میں نسلی اور لسانی بنیادوں پر جداجدا قومیں آباد ہیں، ان میں ہر لسانی علاقے کا اپنا کلچر ہے۔ ہندوستان میں تیرہ زبانوں کو سرکاری طور پر تسلیم کیا گیا ہے اور جہاں ہر لسانی گروپ کا اپنا کلچر ہے۔

دنیا کے ان متنوع اور مختلف ممالک میں جاپان کی مثال بہت الگ ہے۔ یہاں

ایک ہی کلچر کی کارفرمائی ہے۔ سیاسی سرحدیں، نسلی تعلق، مذہبی رشتوں اور زبان سب ایک دوسرے سے ہم آہنگ ہیں۔ جاپانی زبان صرف جاپان میں بولی جاتی ہے اور یہ جاپان کی واحد زبان^(۱) ہے۔ اس لسانی اور نسلی اتحاد کا باعث جاپان کی جغرافیائی حیثیت ہے۔ یورپ اور ایشیا کے براعظموں سے الگ یہ ایک مجمع الجزائر ہے۔ انسانی تاریخ میں ایسا کبھی نہیں ہوا کہ جاپانی اپنے جزائر چھوڑ کر کہیں اور بھاگ گئے ہوں۔ وہ کبھی پناہ گیر نہیں ہوئے۔ اوائل تاریخ سے تاحال یورپ، ایشیا اور افریقہ کی سبھی اقوام کو جنگ، سیاسی الٹ پھیر یا کسی قدرتی تباہی کی بنا پر اپنے آباء کی سر زمین کو جنہوں کی صورت میں خیر باد کہتے ہوئے جلا وطنی کی زندگی گزارنی پڑی ہے۔ اس کے بعد ہی وہ دوبارہ اپنی زمین پر واپس آ کر آباد ہوئے ہیں۔ (حال ہی میں مذہبی اور اقتصادی بنیادوں پر ترک وطن کرنے والوں کا رخ زیادہ تر امریکہ کی طرف رہا ہے۔ دراصل تارکین وطن کی آمد کا یہی سلسلہ امریکی کلچر کی توانائی اور اس کے نمونہ پذیری کا سرچشمہ ہے) مہاجرت کا یہ تجربہ اب تک جاری ہے کیونکہ سیاسی یا مذہبی صورت حالات، جنوبی ایشیا، ہند چینی اور افریقہ کے بعض علاقوں کے باشندوں کو بڑی تعداد میں ترک وطن کرنے پر مجبور کرتی آئی ہے۔

جاپانیوں کے تحت الشعور میں مہاجرت کا ایسا کوئی تجربہ موجود نہیں۔ ہمیں کبھی اپنی زمین چھوڑنی نہیں پڑی اور نہ کبھی اپنی زمین سے بے دخل کئے جانے کا المیہ ہم پر گزرا ہے۔ لیکن یہ حیران کن بات نہیں کہ اس ثقافتی منطقے میں جہاں ایک ہی زبان بولنے اور ایک ہی مذہب کے ماننے والے نسلی گروہ کے لوگ آباد ہیں۔ ان کے درمیان نہایت عجیب قسم کے ثقافتی رویوں کا پتہ چلتا ہے۔

ایک مشترکہ زبان کی موجودگی میں لوگوں کو اجتماعی انفرادیت اور بھائی چارے کا احساس ہوتا ہے۔ یہ اپنائیت بھرا فقرہ کہ وہ میرا ہم زبان ہے، یہ مفہوم بھی دیتا ہے کہ جو رویے اور اقدار میری ہیں، وہی اس کی بھی ہیں کیونکہ ایک مشترکہ زبان قومی انفرادیت کے

(۱) بعض معمولی صورتوں سے اس کلمے کی نفی نہیں ہوتی۔ مثلاً کچھ تارکین وطن برازیل میں اور تھوڑے سے

لوگ جزیرہ ہوائی میں جاپانی زبان بولتے ہیں۔ اور کچھ چینوں نے بھی جو عرصے سے یوکوہاما اور ناگا سا میں رہتے آئے ہیں، جاپانی سیکھ لی ہے۔ اس صدی کے اوائل میں جب کوریا جاپان کی نوآبادی تھی تو جاپان آنے والے کوریائی باشندوں نے جاپانی سیکھ لی تھی۔

احساس کو فروغ دیتی ہے۔ لہذا ہر جدید ریاست جلد یا بدیر، واحد سرکاری زبان کے استعمال کی حمایت کرتی ہے۔ لسانی اقلیتیں اس پالیسی کے نفاذ سے ناخوش ہوتی ہیں اور ان میں علیحدگی کی تحریکیں جنم لیتی ہیں کیونکہ ایک مشترکہ زبان قومی انفرادیت کے احساس کو فروغ دیتی ہے۔ لہذا ہر جدید ریاست جلد یا بدیر، واحد سرکاری زبان کے استعمال کی حمایت کرتی ہے۔ لسانی اقلیتیں اس پالیسی کے نفاذ سے ناخوش ہوتی ہیں اور ان میں علیحدگی کی تحریکیں جنم لیتی ہیں کیونکہ ایک زبان کو تسلیم کرنے کا مطلب ان میں مدغم ہو جانا ہے، مثال کے طور پر جاپان سے ترک وطن کر کے امریکہ جانے والوں کی پہلی کھیپ نے وہاں اپنے شریک لوگوں اور خاندانوں سے جاپانی زبان میں بات چیت کی۔ جب تک وہ جاپانی بولتے رہے، ان کے رویوں اور طرز عمل میں ان کی اہل قوم کی علامتیں برقرار رہیں لیکن ان کے بعد آنے والی دوسری، تیسری اور چوتھی نسل کے لوگوں کے لئے جب جاپانی زبان میں آزادانہ اظہار ممکن نہ رہا تو وہ سرتایا امریکی بن گئے۔ کوئی زبان جب سیکھی جائے، اس کی مشق کی جائے اور اس کی تعلیم حاصل کی جائے تو اس زبان کے بولنے والوں کے لئے اپنے اجتماعی وجود کو سمجھنا اور باہم احساسات کا تبادلہ کرنا ممکن ہو جاتا ہے۔ زبان، خیالات کی ترسیل کا وسیلہ اور ذہن کا اوزار ہے۔ جب لوگ کوئی زبان سیکھتے ہیں تو وہ استدلال اور شعور کے لئے بنیادی اصولوں سے واقف ہوتے ہیں دو یا اس سے زیادہ زبانوں سے صحیح معنوں میں واقف ہونے کے بعد ایک شخص واقعی دو لسانی یا متنوع لسانی ثقافت کا مالک بن جاتا ہے۔ زبان اور اس میں جسم کی زبان بھی شامل ہے جس میں اظہار، بولے بغیر ہو جاتا ہے۔ ثقافت کی بنیاد ہوتی ہے۔ لسانیات کے ماہروں کا کہنا ہے کہ جب کوئی زبان سیکھتا ہے اور بیس سال کی عمر تک اسے استعمال کرتا ہے تو وہ زبان اس کی مادری زبان بن جاتی ہے اور یہ گویا اس کے ابتدائی کلچر کی بنیاد بن جاتی ہے۔ کوئی زبان اگر اوائل عمر میں بولی جائے، جب شعور پختہ نہیں ہوتا تو سن بلوغ تک پہنچتے پہنچتے وہ زبان بالکل بھول جاتی ہے۔ ہاں البتہ اس سے پہلے نو بلوغت کے زمانے تک اگر بولی جائے تو وہ یاد رہ جاتی ہے۔ بیس سال کی عمر کے بعد ایک شخص کے لئے ہر نئی زبان ”غیر ملکی“ کہلائے گی اور اس کے ذریعے جو بھی علم سیکھا جائے گا، وہ ایک دوسرے کلچر کا حصہ سمجھا جائے گا۔

زبان اور ثقافت کے باہمی تعلق کی اہمیت محتاج بیان نہیں۔ ملکی تصورات کے

خلاف کسی معاشرے کا رد عمل بالعموم زبان کے ذریعے ہی سامنے آتا ہے۔ انیسویں صدی میں، جاپان، کوریا اور چین کے باشندوں کا رد عمل مغرب کی جانب کچھ اس مثال سے واضح ہوگا۔ مغرب میں جس مشروب کو بیئر کہتے ہیں، جاپانی زبان میں ”بیرو“ (Biro) کورین میں ”میک جو“ (Maek-ju) اور چینی زبان میں پی جیو (Pi-Jiu) کہتے ہیں۔ جاپان کا معاشرہ کھلاؤ لا ہے اور یہاں غیر ملکی چیزوں کے لئے قبولیت پائی جاتی ہے، لہذا نئی زبان کے خلاف بھی کوئی مزاحمت نہیں ہوئی، جاپانی میں یہ لفظ تلفظ کے معمولی فرق کے ساتھ آ گیا۔ کورین رسم الخط میں ”بیئر“ کا لفظ لکھا جاسکتا تھا، لیکن انہوں نے یہ لفظ نہیں لیا، البتہ اس کا ایک متبادل اپنی زبان میں بنالیا۔ جاپانیوں کے مقابلے میں کورین باشندے غیر ملکی کچھر کے خلاف مزاحمت کا رویہ رکھتے ہیں۔ یہ رویہ ان میں اور فرانسیسیوں میں مشترک ہے۔ دونوں ہی اپنی اپنی زبان کے سلسلے میں بہت خود پسند اور کسی قدر ضدی واقع ہوئے ہیں۔ چینوں نے اپنی زبان میں بیئر کا متبادل لفظ وضع کر لیا، جس کے معنی ہیں ”حقیر منہ والوں کا مشروب“ اس سے یہ مفہوم نکلتا ہے کہ یہ وہ مشروب ہے، جسے پسماندہ قومیں مثلاً مغرب کے لوگ، ٹھیٹ گنوار، جو چین کے معاشرہ سے باہر ہیں، استعمال کرتے ہیں۔ بعض قبیلے کے لوگ زمانہ قدیم سے اپنے گرد و پیش کے لوگوں کو تاریخ کے ابتدائی زمانے کے انسان سمجھتے، اور انہیں تحقیر آمیز کرداروں سے منسوب کرتے تھے۔

اس بیئر کے لفظ کو تین الگ الگ ملکوں کی زبانوں میں جس طرح برتا گیا، اس سے انیسویں صدی میں مغربی کچھر کے تعلق سے ان کے الگ الگ رد عمل کا اندازہ ہوتا ہے۔ (بہتر ہوگا اگر ہم ذرا دیر کے لئے یہ فیصلہ نہ کریں کہ کون سا رد عمل زیادہ پر جوش ہے) چین نے جنگ افیون (1839-43ء) میں اپنا کچھ علاقہ یورپی اقوام اور جاپان کے حق میں کنوایا تھا۔ اس لئے چینوں میں ان اقوام کے خلاف نفرت پائی جاتی تھی اور اس لئے وہ جدید اثرات قبول کر کے اپنے معاشرے کو جدید خطوط پر تعمیر کرنے میں ناکام رہے۔ کوریا والوں نے چین کے مادے میں ہمیشہ یہی سمجھا کہ ان کا معاشرہ اپنے اندر بند رہنے والا ایک زرعی معاشرہ ہے اور جاپان کی مغربیت کا انہوں نے مضحکہ اڑایا لیکن جاپان کی نوآبادی بننے کی تحقیر انہیں برداشت کرنی پڑی۔ جاپان نے مغرب کے افکار اور ان کی ٹکنولوجی کو اس تیزی سے اپنے اندر جذب کر لیا، جس طرح انہوں نے ”بیئر“ کے لفظ کو اپنے لغت میں شامل کیا

تھا۔ جاپان نے ترقی کی شاہراہ پر تاخیر سے قدم بڑھایا تھا، تاہم زمینداری نظام سے سرمایہ دارانہ نظام تک کا عبوری فاصلہ انہوں نے بڑی تیزی سے طے کر ڈالا اور مغربی ممالک کی ترقی کے معیار تک پہنچ جانا ان کا قومی مقصد بن گیا۔ جاپانی کلچر کی غیر معمولی خصوصیت ان کے اس عمل سے ظاہر ہوتی ہے کہ وہ ہر غیر ملکی چیز کو قبول کرنے کے لئے مضطرب اور اس کے ساتھ ہی اپنی روایات کے تحفظ کے لئے کمر بستہ رہتے ہیں (جاپانیوں کی یہ قومی خصوصیت ان کے انتظامی طریق کار پر کس طرح اثر انداز ہوتی ہے، اس کا تذکرہ ہم باب چہارم میں کریں گے)

جاپان کے منفرد کلچر کی تشکیل

جاپان کے منفرد کلچر کی تشکیل کب ہوئی؟ اس کا آغاز اس وقت ہوا جب اس کے جزائر میں تمام باشندوں نے واحد زبان بولنی شروع کی۔ جاپان کی قدیم تہذیب اور معاشرت کے ایک بڑے عالم اشیدہ ایچی (Ishida Eichiro 1903-1968ء) ہیں، ان کے بقول قدیم آثار کی تحقیق سے معلوم ہوا ہے کہ سماجی ترقی کا آغاز یہاں کم از کم یایوئی دور (200Bc-Ad250 Yayoi Period) سے ہوا۔ البتہ اس بات کی تصدیق نہ ہو سکی کہ یہاں کا قدیم باشندہ (اوائل تاریخ سے سن 200 قبل مسیح تک) جاپانی زبان بولتا تھا۔ تیسری صدی کی ایک چینی تاریخی دستاویز (Wei Zhi) میں ایک باب (Wa) کے لوگوں کے بارے میں ہے، یہ جاپانیوں کا پرانا نام ہے۔ مورخ اشیدہ کا بیان ہے کہ اس دستاویز میں کئی ایسے الفاظ ملے ہیں، جن سے ظاہر ہے کہ ”اس زمانہ قدیم میں بولی جانے والی جاپانی زبان کے الفاظ کے تلفظ متعین کرنے کی کوشش کی گئی تھی، ان میں سے ایک لفظ ”ہینا موری“ (Hina-mori) ہے جسے محاورے میں سرحدی محافظ کہا جاتا ہے۔ الفاظ کی ترتیب اور دوسرے لسانی آثار سے یہ ثابت ہوتا ہے کہ یایوئی باشندوں کی اصل زبان وہی تھی جو اب جدید جاپانی زبان ہے۔

ایک ثقافت کے تمام عناصر کی تشکیل کسی قوم کی تعمیر کے ابتدائی زمانے میں ہو چکی ہوتی ہے، جس طرح کسی شخص کی انفرادی شخصیت کی بنیاد اس کے بچپن میں ہی پڑ جاتی ہے۔ اگر پروفیسر اشیدہ کا مفروضہ درست ہے تو یہ تسلیم کرنا ہوگا کہ جاپانیوں کے مزاج کی

تشکیل اور ہمارے کلچر کے کردار کی تعمیر یایوئی (Yayoi) کے دور میں ہی ہو چکی تھی۔ ہمیں یہ علم نہیں کہ وہ پدری معاشرہ تھا یا مادری معاشرہ، نہ یہ معلوم ہے کہ یایوئی (Yayoi) لوگ کھیتی باڑی کرتے تھے یا ماہی گیری تھے جو جنوب سے ان جزیروں میں آگئے یا وہ خانہ بدوش تھے جو شمالی ایشیا سے چل کر یہاں پہنچے۔ لیکن یہ ضرور ہے کہ ہمارے آباؤ اجداد نے ان جزائر میں دھان کی کاشت کی اور دیہات میں رہنے لگے۔ انہوں نے جاپانی طرز کی انتظامی سرگرمیاں اس زمانے میں شروع کر دی تھیں۔ کم از کم مغربی جزائر کے سلسلے میں یقین سے معلوم ہے کہ یایوئی لوگ جاپانی زبان بولتے تھے۔

اشیدا کی رائے میں ”کچھ عرصے تک جنوبی کوریا اور مغربی جاپان ایک ہی ثقافتی منطقے میں ایک دوسرے سے بہت قریب تھے اور تقریباً ایک ہی وحدت میں جڑے ہوئے تھے۔“ بعد میں جو تبدیلیاں رونما ہوئیں، ان کے نتیجے میں سوشیما (Tsushima) کی خلیج کہوشو اور کوریا کے درمیان حد فاصل بن گئی۔ جاپان کی طرف کے باشندے یعنی یایوئی لوگ، جومون (Jomon) نسل کے باشندوں سے جو زیادہ تر مشرقی ہونشو میں آباد تھے، گھلنے ملنے لگے۔ خلیج کے دوسری طرف جنوبی کوریا، شمالی خطے کے ساتھ متحد ہونے لگا۔ پوری انسانی تاریخ میں یہ دیکھا گیا ہے کہ خانہ بدوش اور گھڑسوار قبیلے، جن میں مغرب والوں کے آباؤ اجداد شامل تھے، جسمانی مشقت سے گریز کرتے ہیں۔ انہوں نے مویشی پالے، ان کی محنت کا استحصال کیا اور زراعت پیشہ آبادی پر اپنا تسلط جمالیا۔ انہوں نے اپنے وجود میں حکمرانی کی ساری خصوصیات پالیں اور یہ باد کر لیا کہ وہ ذہنی کاموں کے لئے مثلاً فوجی حکمت عملی وضع کرنے، علمی کارنامے سرانجام دینے اور سیاسی معاملات چلانے کے لئے نہایت موزوں ہیں۔ یہی وہ لوگ تھے جن کی آئندہ نسلوں نے دنیا کو بادشاہت اور نوآبادیاتی نظام دیا، صنعتی انقلاب برپا کیا اور دنیا کو ٹکنولوجی کی جدید تہذیب سے روشناس کرایا۔ مغرب کے لوگ آزادی سے محبت کرتے ہیں اور اپنے لیڈروں کا انتخاب جمہوری طریقے سے کرتے ہیں۔ یہی اشرافیہ ہے جو معاشرے کو آگے لے جاتی ہے۔ زراعت پیشہ لوگ جس طرح کی موروثی قیادت اور موروثی انتظامیہ چاہتے تھے، اگر وہی باقی رہتی تو پھر معاشرے میں گلہ بانی اور شکار کے طریقے ہی رائج رہتے۔ اس بات سے قطع نظر کہ جاپان کے جزائر میں آباد ہونے والے اصلاً زراعت پیشہ تھے یا مویشی پالنے والے شکاری تھے وہ

دو ہزار سال کے عرصے میں، ان زرخیز اور محفوظ جزیروں کے اندر جہاں انہیں حملہ آوروں سے کوئی خطرہ نہ تھا، زراعت پیشہ بن گئے۔

جاپان کے کلچر کی تشکیل کا زمانہ سن 200 اور 270 صدی عیسوی کے دوران تک باقی رہا (امریکی تاریخ کے تناظر میں دیکھیں تو یہ گویا 1776ء سے 1876ء تک کا دور تھا، جب ملک متحد ہو چکا تھا اور اس کے کلچر کی ایک شکل بن گئی تھی) جاپانی زبان کے بنیادی قواعد غالباً اس زمانے میں مکمل ہوئے تھے۔ یہاں کے دیہات اور دور تک دھان کے کھیتوں کے درمیان آباد جھونپڑے، جاپانی کلچر کے ابتدائی نمونے پیش کرنے لگے تھے۔

ثقافت کا صدمہ

آج دنیا میں جتنے بھی ثقافتی منطقے ہیں، یہ سب الگ الگ اور مخصوص حالت میں قائم ہوئے اور جب ایک کلچر بن کر پختہ ہو گیا تو انسانی کردار کی طرح اس کے کردار کو بدلنا بھی ممکن نہیں رہا یا اس کی تبدیلی میں زبردست رکاوٹیں پیدا ہو گئیں۔ ہمارے زمانے کی عورتیں اور مرد، زمانہ قدیم کے کاشت کاروں، شکاریوں، دیہاتیوں اور خانہ بدوشوں، کوہستانی قبیلوں اور سمندری ماہی گیروں کی نسل سے ہیں۔ اتنے مختلف علاقوں سے آئی ہوئی اقوام جب آپس میں مکالمہ کریں گی تو غلط فہمی ضرور سر اٹھائے گی اور دشواریاں پیدا ہوں گی۔ ذاتی سطح پر ہم اسے ثقافت کا لایا ہوا صدمہ کہہ سکتے ہیں۔ مختلف ثقافتوں کا اپنی اپنی سرحدوں سے نکل کر ایک دوسرے پر اثر انداز ہونا عام بات ہے، لیکن اگر یہ نہ ہو تو ثقافتی اختلاف سے نپٹنے کے تین طریقے ہیں۔ پہلا طریقہ تو یہ ہے کہ ایک فریق دوسرے کی ثقافتی بالادستی مان لے، اس کی تاریخ اور اس کے رسوم و رواج کا مطالعہ کرے اور اپنے طرز عمل کو اس کے مطابق ڈھال لے۔ دوسرا طریقہ یہ ہے کہ ایک فریق دوسرے فریق سے اپنے کلچر کی بالادستی بزور طاقت منوالے۔ تاریخ میں ایسی بہت سی مثالیں ملتی ہیں کہ ایک بڑے اور زیادہ آباد ملک نے ایک چھوٹے اور کمزور ملک پر اپنی مرضی تھوپ دی۔ یہ عمل اکثر ظالمانہ اور غیر منصفانہ ہوتا ہے۔ ان دونوں صورتوں میں سے یہ صورت نسبتاً آسان ہے کہ بالادست کلچر کے سطحی مادی پہلوؤں کو سمجھ اور سیکھ لیا جائے۔ اس کے سماجی معمولات اور ان کی جذباتی تہہ داریوں کو اور روحانی اقدار کو جو بہت پیچیدہ اور مخصوص نوعیت کی ہوتی ہیں

سمجھنا دشوار ہوگا۔ بعض معاشرے جو طویل مدت کے اندر اور مخصوص تاریخی حالات میں کام کے جو طریقے اور سزا اور جزا کے جو معیارات وضع کرتے ہیں، ان کو سمجھنا اکثر پریشان کن ثابت ہوتا ہے۔

اوپر کی عبارت میں ثقافت کے ملاپ اور بالادستی کے جو طریقے بیان ہوئے ہیں، یہ دونوں ہی یک طرفہ اور آمرانہ ہیں۔ اس میں صرف ایک فریق پر لازم آتا ہے کہ سیکھے اور خود کو نئے حالات کے مطابق ڈھالے۔ کوئی شخص معروضی طریقے سے یہ نہیں طے کر سکتا کہ ”الف“ کا رویہ صحیح ہے اور منطقی ہے اور ”ب“ کا طریقہ غلط اور غیر منطقی ہے۔ اس طرح یہ بھی نہیں ہونا چاہئے کہ اکثریت کا کلچر اقلیت کے اوپر زبردستی تھوپ دیا جائے۔

ثقافتوں کے درمیانی تصادم کو کم کرنے کا تیسرا طریقہ یہ ہے کہ ایک دوسرے کو سمجھنے اور قربت پیدا کرنے کی کوشش دونوں طرف سے ہو۔ یہ طرز عمل فساد کو روکتا ہے اور طرفین کے مزاج کی حرارت اعتدال پر رہتی ہے اس طرح خون نہیں کھولتا۔ چونکہ ابتدا میں ایک بالکل مختلف کلچر سے آنا سامنا ہوتا ہے، اس لئے ہر شخص کو آگے بڑھنے میں تامل ہوتا ہے۔ نا کامی کا خوف یا نامعلوم کا اندیشہ فطری طور پر اسے محتاط بنا دیتا ہے اس لئے ان دیکھے طریقوں کو پر جوش طریقے سے اختیار کرنے میں اسے تکلف ہوتا ہے۔ لیکن معروضی رویے پر سختی سے کاربند رہنے اور انصاف کو مد نظر رکھنے سے اس صورت حال پر قابو پایا جاسکتا ہے اور پھر علمی سطح پر یہ ایک ولولہ انگیز تجربہ ہوتا ہے کہ بہت سے لوگ جن میں بعض نہایت ممتاز شخصیتیں شامل ہیں، ساری دنیا میں ایک دوسرے سے ملاقات کر رہے ہیں مثال کے طور پر پوپ جان پال دوم نہ صرف پروٹسٹنٹ فرقے کے لوگوں سے بلکہ اسلامی اور بودھ قائدین سے بھی برابری کی سطح پر مکالمہ کرتے ہیں۔

رواداری اور مساوی احترام کا رویہ برتنا عالمی رہاؤں اور دانشوروں کے لئے نسبتاً آسان ہے لیکن عام آبادی کے لئے ایسا نہیں۔ وہ لوگ جن کا ماضی اور پس منظر مختلف ہے، جب قریب قریب رہنا شروع کریں تو ان کے درمیان اختلاف ضرور پیدا ہوگا۔ مغربی جرمنی میں جب 1990ء کی دہائی میں اقتصادی ترقی کا عمل تیزی سے شروع ہوا تو لاکھوں ”مہمان کارکن“ ترکی اور مشرقی یورپ سے یہاں آکر آباد ہوئے۔ جب تک معیشت تیز رفتاری سے ترقی کرتی رہی، ان کارکنوں کا خیر مقدم کیا گیا اور جرمنی کی ”معجز نما کامیابی“

میں ان کے کردار کو بہت سراہا گیا لیکن اس کے بعد جب ترقی کا عمل رک گیا اور بے روزگاری بڑھی تو انہی کارکنوں کو بلائے جان کہا جانے لگا۔ اب یہ باہر سے آنے والوں کا ایک ریوڑ تھا جو مقامی آبادی میں جذب نہ ہو سکا۔ جرمن باشندے جن کا جذباتی رد عمل نہایت تلخ ہے، کہتے ہیں کہ مہمانوں نے اس معاشرے میں جذب ہونے کی کوشش ہی نہیں کی اور وہ اس کے جوشواہد پیش کرتے ہیں، وہ نہایت معمولی ہیں، وہ کہتے ہیں کہ سڑک پر چلتی ہوئی ترک عورتیں اسکارف میں ڈھکے ہوئے اپنے سروں کے ساتھ نہایت بری لگتی ہیں۔ ترک مرد اور عورتیں گھر سے باہر ایک ساتھ کھانے میں شریک نہیں ہوتے کیونکہ ان کا آزادانہ ملنا جلنا معیوب سمجھا جاتا ہے۔ جرمن باشندوں کو ترکوں کی یہ بات بھی بری لگتی ہے۔ ترک، اس معاندانہ رویے کے پیش نظر انہی ہم زبان لوگوں کے ساتھ جرمنوں سے الگ پسماندہ بستیوں میں رہتے ہیں، جہاں اسٹور پرسائن بورڈ ترکی زبان میں لکھے ہوتے ہیں اور جہاں کی مجموعی فضا یورپی نہیں بلکہ خالصتاً مشرقی لگتی ہے۔ یہ ایک مذموم چکر ہے۔ اس طرح کی بستیوں میں مقامی لوگوں سے الگ تھلک بھیڑ بکریوں کی طرح رہنا، مزید سماجی مسائل پیدا کرتا ہے، جسے جرمن باشندے سخت ناپسند کرتے ہیں۔

امریکہ میں تقریباً تمام نسلی اور لسانی گروہ، نو واردوں پر مشتمل ہیں۔ ان میں کچھ ایسے ہیں جو دوسروں کے مقابلے میں زیادہ تازہ وارد ہیں۔ جس طرح کٹھالی میں بہت سی دھاتیں پگھل کر یک جان ہو جاتی ہیں، اسی طرح امریکی معاشرے میں بہت سے نسلی اور لسانی گروہ آ ملے ہیں۔ یہی کیفیت تیسری صدی عیسوی میں جاپان کے جزائر کی تھی، جب جو مون اور یایوکی باشندے ایک دوسرے کے ساتھ گھل مل رہے تھے۔ بیشتر تارکین وطن نے امریکہ میں تعصب اور ناپسندیدگی کی اس یلغار کا سامنا نہیں کیا جو مغربی جرمنی میں ترک آبادیوں کو درپیش ہے۔ تاہم وہاں بھی اگر میکسیکو، وسطی امریکہ اور کیریبیا کے جزائرے تارکین وطن کا سلسلہ شروع ہو گیا جو انگریزی سے نابلد ہیں تو انہیں بھی اسی طرح امریکیوں کی ناپسندیدگی کا سامنا کرنا پڑے گا، جس کا سامنا جرمنی میں ترکوں کو ہے۔

اس صدی کے ابتدائی برسوں میں جب تارکین وطن جاپان سے امریکہ گئے تو ان میں اپنے ثقافتی تشخص کا شعور نسبتاً کمزور تھا، اس لئے وہ مقامی لوگوں میں کھل مل جانا چاہتے تھے۔ اس خواہش کا رد عمل دور افتادہ مشرق سے آنے والوں کے خلاف تعصب کی صورت

میں ظاہر ہوا، لیکن جاپانیوں نے یہ نہیں کیا کہ سب سے الگ اپنی بستی بسا کر بیٹھ رہے اور تعلق صرف اپنوں کے ساتھ رکھا۔ انہوں نے قانون کا پابند اور سختی ہونے کی شہرت حاصل کی، چنانچہ رفتہ رفتہ انہیں پورے کا پورا امریکی تسلیم کر لیا گیا۔ ان کے تجربے سے ظاہر ہوا کہ رویے میں ایک چلک پیدا کرنے سے ثقافتی یگانگت اور ادغام میں بہت مدد ملتی ہے۔

کوئی الگ لسانی گروپ جو اصل آبادی میں مدغم نہیں اگر کلیدی اقتصادی کاموں پر اور پیشوں پر اپنا کنٹرول قائم کر لے تو یہ چیز اس کے خلاف تعصبات پیدا کرتی ہے۔ پورے جنوب مشرقی ایشیا میں اشیائے صرف اور تجارتی مال کی تقسیم کے کام پر بیرون ملک آباد چینیوں کا قبضہ ہے۔ اس طرح کا قبضہ افریقہ کے مشرقی ساحل پر ہندوستانیوں کا ہے۔ ملائیشیا کی آبادی میں ملائی، چینی اور ہندوستانی آبادی کا تناسب علی الترتیب پانچ، چار اور ایک کا ہے، تینوں گروہوں کا الگ الگ طرز زندگی، پیشے اور مذہبی عقائد ہیں، اس طرح لسانی منافرت کے باعث ماضی میں ان کے درمیان فرقہ وارانہ فسادات ہو چکے ہیں۔ چینیوں کی اقتصادی بالادستی مقامی ملائی باشندوں میں حسد اور عناد کے جذبات پیدا کرتی ہے، چنانچہ حکومت جس پر مقامی ملائی آبادی حاوی ہے، چینی اقلیت پر جن میں زبردست قوت عمل موجود ہے برابر باؤ ڈالتی رہتی ہے۔ اب ادھر چند برسوں میں تینوں قوموں نے محسوس کر لیا ہے کہ انہیں آپس میں مل جل کر رہنا چاہئے، اس لئے انہوں نے زبردست کوشش شروع کر دی ہے تاکہ بقائے باہمی کا اصول کامیابی سے برقرار رہے۔ اب یہ دیکھنے میں آیا ہے کہ جب ملائیشیا میں کالج کے طلبہ کوئی پارٹی یا کوئی سماجی تقریب کرتے ہیں تو ہر لسانی گروہ کے افراد کے لئے مختلف طرح کے کھانے الگ الگ میزوں پر سجا دیئے جاتے ہیں جس کھانے کو سبھی شوق سے کھاتے ہیں وہ مرغی اور ٹماٹر کا سالن ہے۔ (اسی طرح، چین کے چند شہروں اور کارخانوں میں کھانے کے الگ گوشے بنادیئے گئے ہیں، جہاں مسلمانوں کو چینیوں کا پسندیدہ سور کا گوشت نہیں بلکہ اس کی جگہ مرغی کا گوشت فراہم کیا جاتا ہے۔)

جن قوموں کے مختلف ثقافتی پس منظر ہیں، ان کے باہمی تعلق میں کھینچاؤ پیدا ہونے کا خطرہ بہر حال موجود رہتا ہے۔ جاپان کی طرح کے معاشرے میں جہاں لسانی و ثقافتی یکسانیت پائی جاتی ہے اور جس کا کئی صدیوں تک غیر ملکیوں کے ساتھ نہایت محدود رابطہ رہا ہے۔ جس کے ارکان باہر والوں کے ساتھ تجارتی یا سفارتی راہ و رسم اور تعلق کے

عادی نہیں رہے ہیں، ایسے معاشرے میں باہر والوں سے معاملت بہت اچھی ہوئی تو بھی دشوار اور اگر خراب ہوئی تو حد درجہ اذیت ناک ہوگی۔ کاروباری کمپنیاں اپنے خود ساختہ نظام کے تحت کام کرتی ہیں۔ یہ نظام کسی معاشرے کے اپنے معمول سے مختلف ہوتا ہے۔ کارپوریشنیں ملک سے باہر نسبتاً آسانی کے ساتھ اپنے کاروبار چلاتی رہتی ہیں، کیونکہ اس طرح کام کرنے کی مثالیں پہلے سے موجود ہوتی ہیں۔ کاروبار کرنے والی کمپنیاں ہوتی ہیں (حلیف بھی اور حریف بھی) پھر مصنوعات ہیں، ان کی تقسیم کا ایک نظام ہے، پریشان کن سرکاری ضابطے ہیں اور پھر گولف کورس کے میدان ہیں، کاروباری معاہدے وہیں طے پاتے ہیں، یہ سب کچھ تو ہے، لیکن کلچر یہاں بھی مداخلت کرتا ہے، چنانچہ مشترکہ قومیتوں والے کاروباری ادارے اور متحدہ منصوبوں میں اگر ٹوٹ پھوٹ ہوتی ہے، تو ثقافتی اختلاف کے باعث ایسا ہوتا ہے۔ یہ بات افراد اور معاشرے دونوں پر یکساں صادق آتی ہے کہ اگر وہ دوسرے فریق سے محض اس لئے تعلق پیدا نہ کریں اور دور دور رہیں کہ بعد میں غلط فہمی پیدا ہونے کا اندیشہ ہے تو اس علیحدگی پسندی کی انہیں بہت بھاری قیمت ادا کرنی پڑے گی۔ اختلاف، اکثر اوقات روشن خیالی کی طرف پہلا قدم ثابت ہوتا ہے۔ اور بہت سے اچھے تعلقات غلط قدم اٹھانے کے بعد ہی قائم ہوتے آئے ہیں۔ جاپان کی تجارتی کارپوریشنیں اکثر کاروباری مقابلے میں اپنے مال کی قیمت بہت گرا دیتی ہیں، اس طرح بیرون ملک منڈیوں میں زبردست اتھل پتھل ہوتی ہے۔ غیر ملکی کمپنیاں جاپان میں آ کر یہاں کسٹم کی خلاف ورزی کرتی ہیں اور اچانک کام بند کر کے اور مزدوروں کو نکال کر ان میں غصے کی لہر دوڑا دیتی ہیں لیکن انہی تجارتی سرگرمیوں کی بدولت اگر انجام کار ہمارے اندر ایک دوسرے کے لئے ہمدردی پیدا ہوتی ہے تو اس سے جاپان کو اور اس کے شراکت داروں کو بھی فائدہ پہنچے گا۔

تیسرا درپچہ

اب جاپان کی نظریں چونکہ اکیسویں صدی پر لگی ہوئی ہیں، تو دنیا کی طرف تیسرہ درپچہ بھی کھلنا چاہئے۔ تاکہ ہم جو سب سے کٹ کر الگ رہ گئے تھے اس کیفیت کا مکمل طور پر خاتمہ ہو جائے۔ ہمارے لئے دنیا پر پہلا درپچہ اس وقت کھلا تھا جب ۱۸۵۳ء میں کموڈور

میتھیو سی پیری اپنے چار جہازوں کا بیڑہ لے کر جسے خوفزدہ جاپانیوں نے ”کالے جہاز“ کا نام دیا تھا، اراگا (Uraga) ٹوکیو کی خلیج میں داخل ہوا۔ اس کے نتیجے میں امریکہ اور جاپان کے درمیان مذاکرات شروع ہوئے اور ۱۸۵۸ء میں امریکہ اور جاپان میں دوستی اور تجارت کا معاہدہ عمل میں آیا۔ مغرب کی اس ہیجان خیز مداخلت اور ایشیا کی مداخلت کے بعد ہی جاپان پر دنیا کا دروازہ کھلا۔ غیر ملکی طاقتیں اس کے دروازے پر مسلسل دستک دے رہی تھیں۔ جواب میں جاپان کو بادل ناخواستہ ”اند آجائے“ کہنا پڑا۔

اب جو سیاسی دروازہ کھلا تو جاپان کو اس سے بچہ فائدہ ہوا، اس سے ایک منتشر جاگیردارانہ سیاست کا نظام جدید قومی ریاست کے قالب میں تبدیل ہو گیا۔ جغرافیہ نے جاپان کو کئی ہزار سال تک ساری دنیا سے کاٹ کر رکھا تھا، اس پر ۲۵۰ برس کا مخصوص اقتصادی نظام بالآخر یہ اس وقت ختم ہوا جب جاپان اپنے خول سے باہر نکلا اور اس نے دنیا کا سامنا کیا۔ دوسرا دریچہ جسے اقتصادی کہنا چاہئے، ۱۹۶۰ء میں کھلا۔ یہ تھا تجارت، سرمایہ کاری اور مالیات کے شعبوں میں سرکاری ضابطوں کو نرم کرنے کا عمل۔ اسے بھی جاپان پر مغرب کا ”دوسرا حملہ“ قرار دیا گیا۔ تحفظات کے خواہش مندوں نے اس ”حملہ“ کو روکنے کے لئے رکاوٹیں کھڑی کیں۔ پھر جیسا کہ ہم نے ایک صدی پہلے کہا تھا، دوسری صنعتی قوموں کے دباؤ کے تحت ہمیں اپنے ضابطوں کو نرم کرنا ہی پڑا۔ اور پھر وہی ہوا کہ اس سے جاپان کو زبردست فائدہ پہنچا۔ ہم اپنی معیشت کو رضا کارانہ طور پر بھی بے جا ضابطہ پسندی سے آزاد کر سکتے تھے، ہم بددی اور خفگی سے کام نہ لیتے اور اپنے کاروباری شراکت داروں کو معمولی قسطوں میں رعایتیں نہ دیتے تو اچھا ہوتا، لیکن اپنی آسودہ حال علیحدگی اور وافر زرعی اور سمندری وسائل کے ہوتے ہوئے، جاپان کے لوگ عادتاً خود پرست بن گئے تھے۔ اپنی ذات میں آسودہ رہنے والے لوگ۔

جاپان پر اب تیسرہ دریچہ کھلنے والا ہے۔ یہ ہے معاشرے میں ثقافتی توسیع اور انفرادی رویوں میں کشادگی کا عمل۔ وڈیو کیسٹ ریکارڈز سے لے کر موٹر گاڑیاں، مشینی اوزار اور ٹربائن تک، ہر طرح کا بہترین صنعتی مال بنانے کے لئے ہم دنیا بھر میں مشہور ہیں۔ لیکن جاپان کے روحانی کلچر کا عشر عشیر بھی دنیا میں نہیں پہنچا۔ اجنبی اور بے ہنگم مظاہر مثلاً سمورائی (Samurai) اور گیشا (Gaisha) آج بھی جاپانی معاشرے کی ایک مسخ شدہ

تصویر پیش کرتے ہیں۔

جس طرح جاپانی یہ نہیں چاہتے تھے کہ ان کی سیاست اور معیشت پر غیر ملکی اثرات آئیں، اسی طرح ہم اپنی مورا (Mura) یعنی دیہاتی سوسائٹی کے دروازے بھی باہر والوں پر کھولنے سے ناخوش تھے۔ صحیح بات یہ ہے کہ ہم اس کے نتائج سے خوف زدہ تھے۔ البتہ چند ممتاز استثنائی صورتیں موجود ہیں، جب کچھ لوگوں نے جاپان کے کلچر کو ملک سے باہر پھیلایا اور اس کے لئے بہت کام کئے۔ فن کے ناقد اوکا کراٹن شن (Okakura Tanshin) (۱۸۶۲ء-۱۹۱۳ء) ’’زین‘‘ نظریے کے فلسفی سوزوکی ڈیسوٹی ٹارو (Suzuki Deisetsu Teitao) (۱۸۷۰ء-۱۹۶۶ء) اور موتوئی کے خوش اطوار تاجر میکی موٹو کوکی (Kokichi Mikimoto) (۱۸۵۸ء-۱۹۵۳ء) کے نام اس سلسلے میں نمایاں ہیں۔ تاہم بیشتر آبادی اس سارے معاملے سے لاتعلقی رہی یا اس نے اس خیال کو ہی رد کر دیا کہ جاپان کے کلچر تک باہر کے لوگ رسائی پیدا کریں۔ بعضوں نے اپنی لسانی برتری اور خود پسندی کو تقاضے کے جذبے میں چھپا کر تکبر کے لہجے میں کہا کہ جاپان کا کلچر سب سے اعلیٰ ہے، اس کی نظیر دنیا بھر میں کہیں نہیں ملے گی۔ چند دوسرے لوگوں نے کہا ’’ہم چاہے کتنی ہی وضاحت کریں، لیکن غیر ملکیوں سے یہ امید نہیں کی جاسکتی کہ وہ ہمارے کلچر کو سمجھیں گے اور اسے سراہیں گے۔‘‘ (احساس برتری) یا یہ کہ جاپان کا کلچر غیر معمولی ہے، لوگ اسے غلط سمجھیں گے اور اس کا مذاق اڑائیں گے (احساس کمتری)۔

بہر حال ادھر چند برسوں کے اندر جاپان سے ’’زین‘‘ کے افکار نے پھولوں کی آرائش کے انداز نے، چائے نوشی کی رسم نے کابوکی اور نوہ ڈراموں، روایتی موسیقی نے اور یہاں کے ادب نے، بیرون ملک مقبولیت حاصل کی ہے۔ ہماری روزمرہ زندگی کی بعض چھوٹی چھوٹی چیزوں نے اور مصنوعات نے غیر ملک میں اپنے اچھے خاصے قدرداں پیدا کئے ہیں۔ مثال کے طور پر امریکہ اور فرانس کے کھانوں میں یہاں کے بہت سے اجزاء نے اور جاپانی کھانوں کے بعض نمونوں نے پذیرائی حاصل کی ہے۔ جاپان کے کاغذ پر پائیدار ثابت ہوئے ہیں۔ اس لئے ہر جگہ ان کی تعریف کی جاتی ہے (مغرب میں چھپی ہوئی کتابوں کے اوراق ایک صدی کے بعد پارہ پارہ ہو جاتے ہیں۔ اس کے برعکس جاپان کے روایتی کاغذوں کے بارے میں معلوم ہوا ہے کہ ایک ہزار سال سے زیادہ مدت تک برقرار رہ سکتے

ہیں)۔ حالانکہ ہمارا منفرد تعمیراتی اسلوب، دوسرے ممالک میں وہاں کے موسموں کو موافق نہیں آتا، لیکن اس کے کئی پہلوؤں کو بہت پسند کیا جاتا ہے، مثلاً درجہ حرارت میں تبدیلیوں کے ساتھ تھر کے اندر بھی تبدیلی سلائڈنگ دروازے جو دیواروں کے اندر کھلتے ہیں اور تعمیر میں ملکی خام مال کا استعمال۔ لکڑی، کاغذ اور گھاس پھوس وغیرہ۔

جاپان کے صنعتی اور کاروباری طریقوں کو بھی بہت پسند کیا گیا ہے۔ جاپانی فیکٹریوں میں چھوٹے یونٹوں کی کارکردگی اور یہاں معیار کو برقرار رکھنے کے لئے کوالٹی کنٹرول کی تربیت امریکہ کے بہت سے بزنس اسکولوں میں بھی دی جاتی ہے۔ غیر ممالک کے اعلیٰ عہدیداروں نے جب شعورائی شیشہ زون کی تمثیل دیکھی، جو دراصل تجارت میں مقابلے کا علامتی ڈرامہ ہے تو انہوں نے اصل ڈرامے (The Book of Five Rings) کا انگریزی ترجمہ کثیر تعداد میں خریدا، جاپان ابھی دنیا کو سماجی تنظیم سازی، محنت کشوں کے ساتھ تعلق اور بڑے شہروں میں جرائم کی روک تھام کے موضوعات پر بہت کچھ سکھا سکتا ہے۔^(۱)

دنیا کے ساتھ جاپان کے تعلق کا ایک امتیازی پہلو یہ بھی ہے کہ اس نے دوسری قوموں کے معاملات میں بھی دلچسپی لینی شروع کی ہے۔ چونکہ یہاں ایک ہی نسل اور ایک ہی زبان سے تعلق رکھنے والے باشندے آباد ہیں، اس لئے دوسروں کے ساتھ اپنے معاملات میں وہ خاصے محتاط اور سکی واقع ہوئے ہیں بلکہ دوسری قومیتوں کو اپنے معاشرے میں قبول کرنے سے دو ٹوک انکار بھی کر دیتے ہیں۔ اس کی ایک بڑی واضح مثال ہندو چینی سے آنے والے Boat People (کشتی سوار تارکین وطن) ہیں جو دیت نام کی جنگ کے نتیجے میں بے وطن ہوئے، لیکن جن کے یہاں مہاجر ت اور پناہ گزینوں کو قبول کرنے کی ایک تاریخ موجود ہے، دیت نام کے ان بے خانماں لوگوں سے ہمدردی کی گئی اور انہوں نے

(۱) شہر کے نواحی علاقوں میں جگہ جگہ پولیس کے کیبن بنے ہوئے ہیں جہاں دو سہ ماہی رات دن پہرہ دیتے ہیں۔ وہ جرائم کی تفتیش کرتے اور بھولے بھٹکے لوگوں کو راستہ بتاتے ہیں۔ اس کے ساتھ وہ شہری آبادی سے گہرا رابطہ رکھتے ہیں۔ سنگاپور کے وزیراعظم نے جاپان کے دورے میں اس انتظام کو پسند کیا اور سنگاپور میں بھی اسے رواج دیا، چنانچہ گلی کوچوں میں ہونے والے جرائم حیرت انگیز طور پر کم ہو گئے۔ اسی طریقے کو برازیل میں بھی استعمال کیا گیا، لیکن سنا ہے کہ وہاں سڑکوں پر پرس چھین کر بھاگنے والے اچکوں پر اس کا کوئی اثر نہیں ہوا۔

در بدر پھرنے والوں کی ایک بڑی تعداد کو مروا آ باد کرنے پر آمادگی ظاہر کی لیکن جاپان نے ان کو مستقلاً آباد کرنے کی اجازت نہیں دی۔ جب دوسرے ملکوں نے جاپان کے اس رویے پر نکتہ چینی کی تو حکومت نے ہندو چینوں کی ایک مختصر تعداد کو بادل نا خواستہ قبول کر لیا۔ مغرب کی حکومتوں نے مختلف ملکوں کے درمیان آبادیوں کی نقل و حرکت کو اصولی طور پر تسلیم کر لیا ہے۔ مغرب کے معاشروں نے باہر والوں پر اپنے دروازے ہمیشہ کھلے رکھے ہیں۔ لیکن اس کا مطلب یہ بھی نہیں کہ مغرب میں کوئی پابندیاں نہیں لیکن جاپان کا معاشرہ باہر والوں کے لئے اصولی طور پر بند ہے۔ یہاں بیرونی عناصر کو الگ رکھنے کی وکالت کی جاتی ہے اور حکومت خود بھی اس مقصد کا سختی سے دفاع کرتی ہے۔ بے شمار تنظیمیں مثلاً ٹریڈ یونینیں، یونیورسٹی کے تدریسی شعبے اور مقامی آبادیاں غیر ملکوں کو جاپان کے معاشرے میں قبول کرنے کی سختی سے مخالفت کرتی ہیں۔ مثال کے طور پر یہاں وزارت تعلیم نے قومی یونیورسٹیوں کو یہ اجازت نہیں دی کہ فیکلٹی میں غیر ملکوں کی مستقل تقرری کریں، یہاں تک کہ 1983ء میں پارلیمنٹ نے قانون پر نظر ثانی کی۔

جاپانی اس بات کو پسند کرتے ہیں کہ ایسے لوگوں کے گروپ بنائیں جو بالکل آپس کے لوگ ہوں، سب ایک ہی جگہ سے آئے ہوں یا ایک ہی کالج کے گریجویٹ ہوں۔ دوسرے اضلاع سے آنے والوں یا دوسرے کالجوں کے فارغ التحصیل کو ایسے گروپوں سے الگ رکھا جاتا ہے، جو ان خوبصورت چہرہ، نیلی آنکھیں اور شہوانی انداز کے بال، ایسے غیر ملکوں کے خلاف تو جاپانیوں کی نفرت ناقابل بیان ہے۔ ابھی حال میں بین الاقوامیت جاپان میں ایک نئے رجحان کے طور پر ابھری ہے۔ بہت سے اضلاع اور علاقوں کی انتظامیہ نے غیر ملکی طلبہ کو خیر مقدم کرنے کا اعلان کیا ہے اور کہا ہے کہ انہوں نے ”صرف اور صرف غیر ملکی طلبہ کے قیام کے لئے اپارٹمنٹ تعمیر کرائے ہیں“۔ جاپان کے روایتی مہمان نوازی کا تقاضہ تو یہ ہے کہ دور دراز سے آنے والے طلبہ کی اقامت کا خصوصی انتظام کیا جائے، لیکن ”صرف اور صرف“ اور ”خصوصی اقامت“ کی تہہ میں غیر ملکوں کو سب سے الگ تھلگ رکھنے کی خواہش موجود ہے۔ اس کا نمونہ دی جیما (Dejima) ہے۔ جو ناگاساکی میں 130 ایکڑ پر پھیلا ہوا مصنوعی جزیرہ ہے، جہاں پہلے پرینگلیوں کو اور بعد میں ہالینڈ کے تاجروں کو رکھا گیا ہے۔ یہیں 1821ء میں اور بعد ازاں 1856ء میں ڈچ

باشندوں کو صرف دی جیما (Dejima) میں رہنے کی اجازت دی گئی۔ جزیرے میں ان کی آمد و رفت پر کڑی نگرانی کی جاتی تھی۔ مغربی لوگوں کو جاپانیوں کے ساتھ میل جول رکھنے سے موثر طور پر روک دیا گیا تھا۔ غیر ملکیوں کو اپنے آپ سے دور رکھنے کی خواہش ان کے تحت الشعور اب بھی موجود ہے۔ غیر ملکی اور جاپانی طلبہ کو ایک ہی جگہ ساتھ ساتھ رکھنا زیادہ دوستانہ اور اصول شہریت کے مطابق ہوگا، لیکن ہمارے تعلیمی اور انتظامی شعبے کے سربراہ اس خیال کو ہی ناقابل فہم قرار دیتے ہیں۔

اب پھر یہی ہوگا کہ باہر کا بھرپور دباؤ جاپان کے معاشرے کو مجبور کر دے گا کہ غیر ملکیوں کی ایک نمایاں تعداد کو جاپان میں آ کر تعلیم حاصل کرنے، کام کاج کرنے اور رہنے کی اجازت دے دے اور جیسا کہ پہلے دو مواقع پر ہو چکا ہے، اس بحرانی صورت حال کا فائدہ جاپان ہی کو ہوگا تو بجائے اس کے کہ ہم آنے والوں کی دستک کا انتظار کریں ہمیں آگے بڑھ کر از خود دروازہ کھول دینا چاہئے اور آنے والوں کو خوش آمدید کہنا چاہئے۔ غیر ملکیوں کی آمد کے لئے راستہ کھولنا پہلے تو حکومت کی ذمہ داری تھی کہ اس میں نئے قانونی اور سیاسی نوعیت کے فیصلے شامل تھے۔ دوسرا راستہ تب کھلا جب معیشت اور صنعت پر دباؤ پڑا۔ معیشت اور تجارت کے شعبوں میں جو لوگ کرتا دھرتا تھے، انہوں نے نئے حالات میں توازن پیدا کرنے کا کارنامہ انجام دیا۔ اب تیسرا راستہ ہمارے کلچر، عوام اور تنظیموں کے اندر رواداری اور کشادگی پیدا کرنے کا ہے، اور اس کا انحصار کچھ تو حکومتی اور کاروباری اداروں کی قیادت رہے، لیکن یہ ذمہ داری بالآخر ہر شہری کی ہے۔

جاپان کی تاریخ میں ایسے کئی نازک مرحلے آئے جب صحیح فیصلوں اور موثر حکومت تدبیروں نے قوم کو نقصان سے بچالیا۔ 1274ء اور 1281ء کے درمیان منگولوں کے حملے ہوئے۔ سترہویں صدی کے اوائل میں قومی سطح پر الگ تھلگ رہنے کی پالیسی بروئے کار آئی۔ اس کے بعد میجی کی اصلاحات مطابق 1868 (Meiji Restoration) کا زمانہ آیا۔ جب یہ واقعات رونما ہوئے تو جاپان اس وقت دنیا سے نسبتاً الگ تھلگ اور اس کا وجود غیر اہم تھا۔ تاہی ان زمانوں میں صرف معاشرے کے لئے تباہ کن ہو سکتی تھی لیکن آج اقتصاد کی اعتبار سے وہ ایک سپر پاور ہے، دنیا کی مجموعی پیداوار کا دس فیصد صرف جاپان میں پیدا ہوتا ہے۔ اب ہمارے ہر عمل کے نتائج دنیا میں دور دور تک محسوس کئے جاتے ہیں۔

۱۹۶۰ء کے بعد سے بین الاقوامی امور میں جاپان کی شمولیت بتدریج بڑھتی گئی۔ اس سے پہلے جاپان اور غیر ممالک کے درمیان بیشتر ثقافتی سرگرمیاں سرکاری اور تجارتی برادری کی سطح پر تھیں۔ اب چونکہ جاپان کے باشندے، تفریح، تعلیم یا کام کے حوالے سے سمندر پار کا سفر زیادہ کرنے لگے ہیں، اس لئے غیر ملکوں کے ساتھ ان کا رابطہ بڑھے گا اور روابط افراد اور خاندانوں کے ساتھ بھی پیدا ہوں گے۔ لہذا دوسرے معاشروں کے متعلق نہایت صحیح اور معروضی اطلاعات کا حصول ان کی بڑی ضرورت ہے۔ ہمارے درمیان جو عناصر مشترک ہیں، ان کو سمجھ لینے سے دوسرے معاشروں کے نمانوس پہلوؤں کو سمجھنے میں ہمیں مدد ملے گی اور اس طرح یہ ممکن ہوگا کہ جو عناصر ہم آہنگ ہونے کی صلاحیت رکھتے ہیں، انہیں جوڑ کر ہم ایک نئی تہذیب کی صورت دیں۔

گروپ بندی

جاپانی طرز کی انتظامیہ اور تنظیمی طریق کار کا خاص عنصر گروپ بندی ہے۔ گروپ بندی ایک غیر واضح اصطلاح ہے اور اس سے غلط فہمی بھی ہو سکتی ہے، بہر حال اس سے مراد حاکمیت ہرگز نہیں۔ ویسٹر کی نیوانٹرنیشنل ڈکشنری میں اس کی تعریف کچھ اس طرح کی گئی ہے۔ ”ایک گروپ کے رکن کی حیثیت سے سوچنے اور اس کے مطابق عمل کرنے کا رجحان..... انفرادیت پسندی کی قیمت پر ایک گروپ کے ثقافتی اسلوب کا اتباع کرنا“۔ انفرادیت پسندی اور گروپ بندی یہ دونوں علی الترتیب امریکی اور جاپانی طرز کے نمونے ہیں۔ پہلے نمونے کے مطابق تنظیمی اور اقتصادی مقاصد کے حصول کی جدوجہد خود مختار افراد کے درمیان مقابلے سے ہوتی ہے، یہ ایک خوفناک شخصی تصادم ہوتا ہے۔ دوسرے نمونے کی رو سے تقریباً مساوی حیثیت کے افراد مل کر ایک گروپ بنا لیتے ہیں تاکہ اس تنظیم کے مفادات کو آگے بڑھانے کے لئے اپنی صلاحیت اور مہارت کو متحد ہو کر استعمال کریں۔ دونوں نمونوں کے درمیان اس تضاد کو خود اختیاری بمقابلہ تعاون باہمی کا نام دیا جا سکتا ہے۔

جاپانی کلچر کا یہ عنصر جو اس کے تنظیمی رویے میں جاری و ساری ہے، اب سے دو ہزار سال قبل کے یاوای (Yayoi) دور میں بھی موجود تھا۔ اس کا آغاز وہیں سے ہوتا ہے۔ یہ دنیا سے الگ تھلگ ایک مستحکم معاشرہ تھا جس کی اساس دھان کی کاشت اور اس سے ہونے والی آمدنی پر تھی۔

یہ دو اصطلاحات ”ای“ (ie) اور ”مورا“ (Mora) ہیں، جن سے جاپانی تنظیم کے بنیادی تصور کو سمجھا جاسکتا ہے۔ ان اصطلاحات کا باہمی ربط گروپ بندی کی بنیاد ہے۔ حاکمیت کے نظام میں جو حیثیت ریاست کی یا سرکاری سیاسی جماعت کی ہوتی ہے، وہی

”ای“ کی ہے۔ یہ اصطلاح مطالبہ کرتی ہے کہ گروپ کی بھلائی کے لئے ذاتی مفاد کو قربان کر دیا جائے۔ بعض صورتوں میں، مثلاً فوجی خدمت کے سلسلے میں ایسا کرنا لازمی ہو جاتا ہے اور اسے بزور منوایا جاتا ہے۔ مورایا اجتماعی دیہی زندگی وہ اصطلاح ہے جو کسی خاندان، ہمسائے یا کاروباری فرم کے بارے میں گفتگو کے دوران استعمال ہوتی آئی ہے۔ اس سے مراد ایک برادر ہے، جو انحراف کرنے والوں کو اپنے درمیان سے خارج کر دیتی ہے، لیکن انہیں اپنے مفادات قربان کر دینے پر مجبور نہیں کرتی۔

جاپان کے موجودہ حالات میں ”ای“ ایک مکان ہے، ایک جائے اقامت ہے اور اسے ذرا وسعت دی جائے تو ایک خاندان ہے۔ یہ لفظ اپنی بنیاد میں ایک قدیمی لفظ ”ای ہو“ (iho) سے ملتا ہے، جس کے معنی ہیں کسی مکان پر چھتری نما سایہ۔ سب سے پرانی سرکاری تاریخ کی رو سے جس کا نام نیہون شوکی (Nihon Shoki) یا جاپان کی تاریخی دستاویز ہے۔ قدیم حکایت کے مطابق پہلے بادشاہ ”جو“ (Jummu) نے جب ان لینڈ سمندر کے ساحلی علاقے فتح کر لئے اور نارا پریفکچر (Nara Prefecture) کو اپنا دار الحکومت بنایا تو اس نے ایک شاہی فرمان میں لفظ ”ای“ استعمال کیا، جس کے معنی یہ تھے کہ اب یہ سارے مقبوضہ جات اس کی ”چھت“ کے نیچے یعنی اس کے زیر نگین ہیں۔

”ای“ کی اصطلاح کا تعلق سمورائی طبقے کے عروج اور ازمنہ وسطی کے جاپان میں اپنی بقا کی خاطر فوجی خاندانوں کی جدوجہد سے ہے۔ پہلے سمورائی مقامی کاشت کار تھے، ان میں زیادہ تر مشرقی جاپان میں آباد تھے، جنہوں نے چھوٹے چھوٹے مسلح دستے بنا رکھے تھے، انہوں نے بارہویں صدی کے آخری زمانے میں دربار کی اشرافیہ کی جانب سے وسیع قطععات اراضی پر ان کے تسلط کا مقابلہ کیا۔ وہ ایک رہنما کے ارد گرد جمع ہو گئے، اپنی ایک تنظیم بنائی ie، یعنی مکان یا خاندان تشکیل دیا اور اپنی اراضی کا تحفظ کیا۔ اس تنظیم (ie) نے اپنے مالکانہ قطععات اراضی میں توسیع کی اور ان میں سے کچھ تو بہت ہی بڑے ادارے بن گئے۔ ان کی قیادت جاگیرداروں (جاپانی زبان میں دائمو (Daimo) نے کی، وہ سارے کاشت کار جن کا الحاق ”ای“ سے ہوتا تھا، اس کی مدافعت کے لئے اکٹھے ہو جایا کرتے تھے۔ اگر کڑا وقت آتا تو اس کا وفادار سیاسی تنظیم کے دفاع کی خاطر اپنی جان بھی دے دیتا تھا۔ آج اس اصطلاح سے مراد کسی فرد کی بنیادی تنظیم ہے۔ مثال کے طور پر اگر

کوئی کمپنی کسی سنگین بحران میں پھنس جاتی ہے تو اس کے سارے ملازم سمورائی (Samurai) اسے بچانے کے لئے اکٹھا ہو جائیں گے، چاہے اس کے لئے کچھ بھی قربانی دینی پڑے۔ ”ای“ کی اصطلاح جاپانیوں کے ایک مخصوص انداز فکر کی نشاندہی کرتی ہے، یعنی ایک خاص صورت حال میں مقابلے کا انداز، مثلاً جب کوئی فرد، کسی خاندان کا سربراہ، کمپنی کا صدر یا کوئی سیاسی رہنما مقاصد کے حصول کی خاطر اپنے لوگوں میں جوش عمل پیدا کرتا ہے تو اس اصطلاح کا سہارا لیتا ہے۔

مورا کے معنی ہیں گاؤں یا برادری، یہ کوریا کے ایک لفظ مال (Maul) سے نکلا ہے جس کے معنی ہیں گاؤں۔ کہتے ہیں کہ یہ لفظ جاپانی زبان کے اس فعل ”موریو“ (Mureru) سے ملا ہوا ہے، جس کے معنی ہیں اکٹھا ہونا یا بھیڑ بنا لینا۔ اس اصطلاح سے جاپانیوں کے مخصوص رویے کی نشاندہی ہوتی ہے، یہ سماجی اتحاد کی ایک صورت ہے۔ اس سے ایک زراعت پیشہ آبادی کا نقشہ ذہن میں آتا ہے جو باہر کے اندیشوں سے محفوظ اپنے اندر بند ہے اور اس کی ساری فکر کا مرکز برادری کے مشترکہ مفادات کا تحفظ ہے۔ ”مورا“ (برادری) کے اندر باہمی تعلقات میں بڑی یگانگت ہوتی ہے۔ اس کے ارکان بہت مطمئن اور ایک دوسرے کی طرف سے نچتے ہوتے ہیں۔ جاپانی زبان کی لغت میں یہ ”معیاری تعلق“ کا ماحول ہے، ”ایسا ماحول جس میں بیشتر مفہوم تعلق میں پوشیدہ ہوتا ہے اور اصل پیغام دینے کے لئے کچھ زیادہ نہیں بچتا“۔ ہر روز کے رابطے، مل جل کر کام کرنے اور برادرانہ تعلق کی بنا پر اس کے ارکان کے پاس ایک دوسرے کے بارے میں جمع شدہ اطلاعات کا ایک خزانہ موجود ہوتا ہے۔ آپس میں زبانی کہنا سننا بہت کم یا قطعاً غیر ضروری ہوتا ہے۔ اشاروں سے یا آواز کے اتار چڑھاؤ سے سب معنی ادا ہو جاتے ہیں۔

ہمسائے کے گھر میں کیا ہو رہا ہے، اس کی خبر سب کو فوراً جو جاتی ہے۔ اس قربت کے متضاد نتائج نکلتے ہیں۔ ایک طرف تو کسی شخص کے ہر فعل میں اعصابی کھنچاؤ کا اندیشہ موجود رہتا ہے کہ کہیں اس کی بات کا برانہ مانا جائے اور چونکہ اس کی بات ہر گھر میں پہنچ جائے گی تو کہیں متعلقہ شخص کے خاندان کے لئے پریشانی کا موجب نہ ہو، لیکن اس کا دوسرا پہلو یہ ہے کہ یہ ایک آسودہ اور مطمئن معاشرہ ہے جس میں فریب اور خود نمائی شامل نہیں، کیونکہ کسی کو یہ ڈر نہیں کہ گاؤں کے راز یا اس کے اسکیئنڈل کی خبر باہر والوں کو ہوگی۔ اگر

گاؤں والوں کو معلوم بھی ہو جائے کہ اس کے کسی رکن نے کوئی غلط بات کی ہے، مثال کے طور پر کسی قومی ضابطے کی خلاف ورزی کی ہے تو وہ سب انجان بن جائیں گے۔

جاپان کے معاشرہ میں باہر کے لوگوں کو اگرچہ آسانی سے قبول نہیں کیا جاتا، لیکن کسی شخص کو اگر ایک بار معاشرے میں قبول کر لیا جائے تو وہ پھر ان کا پورے کا پورا ممبر ہوتا ہے یا ہوتی ہے۔ پھر امتیازات ختم ہو جاتے ہیں اور نو وارد کو اپنا قریبی جان کر ویسا ہی سلوک کیا جاتا ہے۔

ایک روایت چلی آ رہی ہے کہ مورا (گاؤں) کا کوئی رکن، برادری سے باہر کسی چھوٹے سے قصبے میں پھنس جائے تو دیگر ارکان کا گروپ اس کا دفاع کرے گا، لیکن خلاف ورزی اگر اتنی سنگین ہے کہ اس سے گاؤں کا نظم و ضبط خطرے میں پڑ جائے اور باہر کے لوگوں کے سامنے اس طرز عمل کا دفاع ممکن نہ ہو تو خطا کار کو برادری سے خارج کر دیا جاتا ہے اور اسے وہ جگہ چھوڑنی پڑتی ہے۔ دیگر معاملات میں اگر کسی شخص نے گاؤں کے ضوابط کی خلاف ورزی کی ہو تو پوری برادری کے اجلاس میں اس کا محاسبہ ہوتا ہے۔ اگر اس کے جرم کی نوعیت سنگین ہو تو اسے دوسرے گاؤں کے ساتھ رابطے سے روک دیا جاتا ہے۔ برادری سے خارج کرنے کی رسم انیسویں صدی تک عام تھی۔ برادری کی سلیمیت اور اس کے استحکام کا تصور بہت قوی تھا اور اس کے فیصلے کا کسی شخص تباہ کن جسمانی اور نفسیاتی رد عمل ہوتا تھا۔ آج بھی یہ صورت ہے کہ ایک گروپ کا کوئی رکن کسی متفقہ فیصلے کے خلاف شکایت یا احتجاج کرتا ہے تو گروپ کے دوسرے لوگ اس سے دور رہنے لگتے ہیں۔ اس عمل کو مقامی زبان میں ”موراہاجی کی“ (Murahajiki) کہا جاتا ہے، جس کے معنی ہیں گاؤں یا برادری سے اخراج یا حقہ پانی بند۔ اور یہ بات انتہائی ذلت آمیز ہوتی ہے۔

غیر ملکی کمپنیاں اگر اس مفہوم کی شکایت کرتی ہیں کہ ایسی رکاوٹیں، جن کا محصولات سے کوئی تعلق نہیں، جاپان کی منڈی میں انہیں داخل ہونے سے روکتی ہیں تو دراصل ان کا مسئلہ یہاں کی روایتی ”مورا“ سوسائٹی ہے..... ”مورا“ سے مراد ہے جاپان کی تجارتی برادری جو انہیں اپنے درمیان رکنیت نہیں دیتی۔ ”مورا“ معاشرہ باہر والوں سے محتاط رہتا ہے۔ ان کی خصوصیات کا علم نہیں ہوتا اور ان میں اضطراب پیدا کرنے کی زبردست صلاحیت ہوتی ہے جو اس معاشرے کے اندر داخل ہونا چاہتے ہیں، ان کو اس کی زبان بولنی

چاہئے اور اس بات کی یقین دہانی ضروری ہے کہ برادری کے اندر نیا آنے والا شخص اس کے رواج اور ضابطوں کی پابندی کرے گا۔ اگر کوئی غیر ملکی کمپنی، جاپان میں تجارتی مال کی تقسیم کے ذرائع تک پہنچنا چاہتی ہے تو اسے یہاں کے طریق کار اور مطالبوں پر تنقید کرنے سے احتراز کرنا ہوگا، خواہ وہ غیر منطقی نظر آئیں۔ اسے جاپان کے روایتی ضابطوں اور قوانین کی پابندی کرنی ہوگی۔ یہاں کی منڈیوں میں داخل ہونا ہے تو تحمل سے کام کرنا ہوگا۔ اس کے برعکس بہت سے غیر ملکی کاروباری ادارے ایک ایسے کلب کی فوری رکنیت چاہتے ہیں، جس کے دروازے غیر ملکیوں پر صدیوں تک بند رہے۔

اصل گاؤں کی طرف آئیے تو یہاں کے لوگوں کو جمعیت کے ساتھ اپنے تعلق یعنی ”آئی ای“ کے ایک رکن کی حیثیت سے اپنے وجود کا علم نہیں۔ اپنی شناخت کے بارے میں ان کا شعور بہت کمزور ہے۔ دوسرے ”مورا“ (گاؤں) یا دوسری تنظیموں کے بارے میں بھی معروضی طور پر وہ کچھ نہیں جانتے۔ نمونے کا ایک ”مورا“ چند ہم خیال لوگوں کی ایک جمعیت ہے جس کا مقصد مشترکہ خوش حالی ہے، مثلاً یہ کہ دھان کی اچھی فصل ہونی چاہئے۔ ان کے یہاں لوگ پیدا ہوتے ہیں، شادی کرتے ہیں اور اسی گاؤں کے اندر رہتے ہوئے مر جاتے ہیں۔ یہ ”مورا“ ایک وسیع و عریض دنیا میں کہاں کھڑا ہے اس بارے میں ان کا کوئی اجتماعی شعور نہیں۔

اس سلسلے میں کہا جاسکتا ہے کہ جاپان میں تو ہمیشہ سے اس ایک گاؤں اور برادری کا معاشرہ رہا ہے۔ تاریخ کے آغاز سے ہی، مارکو پولو کے بیان کے مطابق جاپان مشرقی سمندر کا ایک دور افتادہ جزیرہ ہے، ایک شنگریلا جس کے معنی ہیں ششدر کر دینے والا۔ یہ بھی اچھا تھا کہ جاپانیوں نے یورپ اور ایشیا کے براعظموں میں قبیلوں اور سلطنتوں کے عروج و زوال کو نظر انداز کیا جس کی بدولت لاکھوں انسان پناہ کی تلاش میں سرگرداں رہتے تھے۔ باہر کی دنیا کیسی ہے اور اس کے ساتھ معاملہ کیسے کیا جائے؟ اس کا جاپانیوں کے ذہن میں کوئی واضح تصور نہیں تھا، چنانچہ انہوں نے اس جزیرے میں دو ہزار سال بڑے سکون کے ساتھ گزارے۔

مورا کو جب تک باہر سے کسی دشمن کا خطرہ درپیش نہیں ہوتا، انہیں کسی مضبوط رہنما کی حاجت نہیں ہوتی۔ گاؤں کا ایک کھیا (سرغنہ) جو گاؤں میں امن اور لوگوں کے درمیان

ہم آہنگی رکھتا ہے، بس اس کی موجودگی کافی ہوتی ہے۔۔ وہ ایک منظم اور ثالث کا کام کرتا ہے۔ رسوم کی ادائیگی کانگراں بھی وہی ہوتا ہے۔ میں اس کو لیڈر کی بجائے گاؤں کا سربراہ کہوں گا کیونکہ معمول کے حالات میں وہ گاؤں کے باشندوں کی نہ تو نگرانی کرتا ہے اور نہ رہنمائی۔

کسی گاؤں میں اگر باہر کے دشمن کے ساتھ تصادم ہوتا ہے اور گاؤں کا وجود ہی خطرے میں پڑ جاتا ہے تو اس بحران کا مقابلہ کرنے کے لئے کسی ایسے شخص کی ضرورت ہوتی ہے جو تنظیم کو خوش اسلوبی کے ساتھ متحد رکھے۔ ایسے میں مضبوط قیادت کی ضرورت ہوتی ہے جو تنظیم کو خوش اسلوبی کے ساتھ متحد رکھے۔ ایسے میں مضبوط قیادت کی ضرورت پڑتی ہے۔ اکثر اوقات گاؤں کا کھیا، گروپ لیڈر کا کردار انجام دینے کی خاطر موراکو متحد کرتا ہے۔ وہ لوگوں پر زور دیتا ہے کہ ”ہمیں متحد ہو کر دشمن کے خلاف جنگ کرنی چاہئے“ یہی وہ اپیل ہے جس کے تحت سمورائی اپنے علاقے کے دفاع کے لئے دوڑ پڑے۔ فرد کا تنظیم کے ساتھ یہ رشتہ جاپانیوں کے طرز فکر کے عین مطابق ہے۔ جب مورال یعنی گاؤں کو اور اس کے مفادات کو بڑے خطرات لاحق ہوں تو پوری برادری ایک ہو جاتی ہے اور گاؤں کے کھیا کو اپنا لیڈر بنا لیتی ہے اور اس کی قیادت میں پوری طرح متحد ہو جاتی ہے۔ اگر لیڈر میں استحکام اور یکجائی کا احساس پیدا کرنے کے لئے خود بھی مقناطیسی کشش ہو یعنی گاؤں والوں کی یگانگت مثالی بن جائے تو اس کے لئے اجتماعی اتحاد اور طاقت کو فعال اور سرگرم کار رکھنا آسان ہو جاتا ہے۔

جب کوئی بیرونی خطرہ نہ ہو تو گاؤں کے سرغنہ کا بنیادی کام ارکان کے درمیان پیدا ہونے والی چپقلش رفع کرانا ہے۔ اس منصب کے لئے بڑی ساکھ اور عام لوگوں کو اپنا ہم خیال بنانے کی صلاحیت ہونی چاہئے۔ ایسے شخص کے لئے ضروری ہے کہ گاؤں میں کوئی اس کا دشمن نہ ہو۔ وہ نیک سیرت اور منصف مزاج ہو۔ گاؤں کے معاشرے میں کھیا یا سربراہ لوگوں کے درمیان ایک اچھا ثالث ہوتا ہے۔ وہ اپنے کردار، صحیح قوت فیصلہ اور طلسماتی کشش کی بدولت لوگوں پر حکومت کرتا ہے۔ وہ ذاتی طور پر گروپ نہیں بناتا اور نہ اس پر اثر انداز ہوتا ہے، وہ غیر محسوس طور پر لوگوں میں ذہنی یگانگت اور اتفاق رائے پیدا کرتا ہے۔ صحیح معنوں میں پوچھا جائے تو گاؤں کا یہ سرغنہ لیڈر (حاکم) نہیں ہوتا۔

کل اور اس کے اجزا

فرد اور جماعت، جز اور کل کے درمیان جو تعلق ہے، اس کا نظریاتی علم حاصل کر کے اس رشتہ کی اہمیت کو سمجھا جاسکتا ہے۔ جاپان کے لوگ اور مغرب کے باشندے ایک ”کل“ کو اور اس کے اجزا کو کیا سمجھتے ہیں، وہ ایک گروپ اور اس کے ارکان کے باہمی تعلق کو کس طرح دیکھتے ہیں، اس سلسلے میں ان کے درمیان ایک بنیادی فرق پایا جاتا ہے۔ مغرب والوں کے انداز فکر کو ریاضی کے اس کلیے میں بیان کیا جاسکتا ہے کہ ”ایک کل اپنے اجزا کے مجموعے کے برابر ہوتا ہے“۔ مغرب والوں کے اجتماعی عمل اور ان کے درمیان مفاہمت کی بنیاد ان کا یہی کلیہ ہے۔

اس نظریے کے برعکس جاپان کی بنیادی فکر یہ ہے کہ ”ایک کل“ اپنے اجزا کے مجموعے سے زیادہ ہوتا ہے“۔ ہمیں یہ سبق بچپن سے ہی سکھایا جاتا ہے اور خاندان میں، اسکول میں، کام کی جگہوں پر، یہ سبق ہر جگہ ہمارے ذہن نشین کرایا جاتا ہے۔ یہ فکر ہمارے کلچر کے تار و پود میں سرایت کر چکی ہوتی ہے۔ مغرب میں گسٹالٹ کا علم نفسیات ”کل“ پر زور دیتا ہے، یعنی تمام حسی تجربوں کو ”زمانی و مکانی کل کے اندر“ سمونا۔ گسٹالٹ کی فکر کے ایک ممتاز عالم کرٹ لیون (Kurt Lewin) (1890-1974) نے ”کل“ کو اسی نظر سے دیکھا جس طرح جاپان کے لوگ دیکھتے ہیں، لیکن مغرب والوں کی بنیادی فکر یقیناً یہ نہیں ہے۔ مغرب کی سائنس اور فلسفہ ہمیں یہ بتاتا ہے کہ کسی چیز کی حقیقت کو جاننے کے لئے اس کے ”کل“ کو اجزا میں تقسیم کر دینا چاہئے۔ تجزیے کا یہ طریقہ نہایت وسیع پیمانے پر سائنسی فکر میں، جیومیٹری سے طبیعیات اور علاوہ ان تک اور سماجی سائنس میں اقتصادیات تک استعمال ہوتا آیا ہے۔ فریڈرک ٹیلر نے اسی اصول کے تحت لوہے کے مزدوروں کے کام کو حصوں میں تقسیم کرتے ہوئے ان کی سائنسی تنظیم سازی کی..... اسے ٹائم اینڈ موشن اسٹڈیز یعنی وقت اور حرکت کے مطالعے کا نام دیا گیا ہے۔ ٹیلر کا یہ طریقہ جس میں ہر چیز کو اجزا میں بانٹ دیا جاتا ہے، اس خیال کے ساتھ جڑا ہوا ہے کہ حصوں میں بٹا ہوا ”وا“ ہی کل ہے۔ انتظامی حکمت عملی وضع کرنے کے لئے امریکی یہی طریقہ اختیار کرتے ہیں۔ وہ کسی مسئلہ کے تمام عناصر کو الگ کر دیتے ہیں، ہر عنصر کا الگ سے معروضی تجزیہ کرتے ہیں،

پھر اس پر عمل کرنے میں جو فائدے یا نقصانات ہو سکتے ہیں، اس کا اندازہ لگاتے ہیں۔ کمپنی کی پالیسی اسی لاگت اور منافع کی بنیاد پر وضع کی جاتی ہے۔ جاپان میں اپنے روایتی طریقے سے کام کرنے والی کوئی کمپنی اب بھی یہ طریق کار اختیار نہیں کرتی حالانکہ جاپان میں انتظامی امور کے بعض ماہرین امریکی طریقے اختیار کرنے کی سفارش کرتے ہیں کیونکہ ان کی ماہرانہ رائے میں ہماری کمپنیاں نسبتاً آسان طریقے پر عمل کرتے ہوئے زیادہ کامیابی حاصل کر سکتی ہیں۔

جاپان کا نظریہ شاید سبھی مشرقی ملکوں کے درمیان مشترک ہو اور غالباً اس سے یہ بات سامنے آتی ہے کہ مغرب کا سائنسی طریقہ ایشیا میں کیوں مقبول نہ ہو سکا۔ جاپانیوں کا خیال یہ ہے کہ کسی چیز کی اصل روح ”کل“ میں ملتی ہے، اس کے اجزا میں نہیں ملتی۔ ہم ”کل“ کے اجزا یا عناصر سے تقریباً لاتعلقی رہتے ہیں۔ ہم چیزوں پر ایک ہی بار پوری نظر ڈالتے ہیں۔ زین بدھ مت کا عقیدہ بھی یہی ہے۔ وجدان کے تحت منظم انداز میں ہر شے کو دریافت کرنے میں لگ جاؤ یہاں تک کہ اس زبان میں بھی تحریر اور الفاظ محض علامتی اظہار کا نمونہ پیش کرتے ہیں۔

سائنس، فلسفے اور روزمرہ زندگی میں ہر چیز کو سمجھنے کے لئے اسے ٹکڑوں میں بانٹنا جاپانیوں کے لئے ہرگز قابل قبول نہیں۔ مثال کے طور پر ذاتی تجربے میں بھی ہم لوگوں کو اس طرح نہیں جانچتے کہ مختصر عرصے میں ان کی خوبیوں کو پرکھیں۔ کمپنی کے عملے پر جو افسر مقرر ہوتے ہیں، وہ کسی کارکن کی مجموعی کارکردگی کو جو طویل عرصے پر محیط ہو، دیکھتے اور پرکھتے ہیں۔ اگرچہ افراد کے بارے میں ذاتی تخمینوں کو صیغہ راز میں رکھا جاتا ہے اور بظاہر ان میں کوئی منفی رائے شامل نہیں ہوتی لیکن دراصل اس تخمینے میں اس شخص کا پورا کچا چٹھا درج ہوتا ہے۔ یہ رویہ جاپان کے کلچر سے پیدا ہوا ہے اور جاپان کے معاشرے کی نوعیت ہی ایسی ہے کہ اسے ایک پورا گاؤں سمجھنا چاہئے، جس میں کسی راز داری کی گنجائش نہیں۔ نہایت اوپر کی سطح کے افراد بھی ایک دوسرے کے آگے بالکل بے نقاب ہوتے ہیں۔ وہ پوری سادگی اور صفائی سے، کھل کر اور لگی لپٹی رکھے بغیر باتیں کرتے ہیں، کوئی پردہ نہیں رکھتے یا راز داری نہیں برتتے۔

”کل“ یا پوری جمعیت کے ساتھ تعلق کی یہ نوعیت جاپان کے معاشرے سے پیدا

ہوئی ہے۔ ذرا دیر کو یہ دیکھئے کہ جب گا ہک ایک عام ریستوران میں یا سرخ لائین والے معیاری ریستوران میں کھانے پینے کے لئے جاتا ہے تو اس سے بل کس طرح وصول کیا جاتا ہے۔ بل میں شامل الگ الگ آئٹم کی قیمت کے بارے میں نہ تو گا ہک کچھ پوچھتا ہے، نہ ریستوران کا مالک کچھ کہتا ہے۔ الگ الگ چیزوں کی قیمت کے متعلق دونوں سوال و جواب سے احتراز کرتے ہیں۔ گا ہک کو یہ احساس ہو سکتا ہے کہ بل کی مجموعی رقم کچھ زیادہ ہے، لیکن وہ مطلوبہ رقم ادا کر دیتا ہے، کھانے کی تعریف کرتا ہے اور حرف شکایت زبان پر لائے بغیر خاموشی سے رخصت ہو جاتا ہے۔ اس کی بجائے، اسی ریستوران میں دوسری بار آنے کے بعد وہ یہ کہے گا ”پچھلے ہفتے مجھے محسوس ہوا تھا کہ بل کی رقم کچھ زیادہ ہے، لیکن میں آپ کے ریستوران کی سرپرستی کی نیت سے خاص طور پر آج پھر آ گیا ہوں۔ اس مرتبہ مجھے کچھ رعایت ضرور دیجئے“۔ مالک اس کے جواب میں لازماً یہی کہے گا کہ ”پچھلی بار کا مجھے بھی افسوس ہے۔ سمندر ان دنوں طوفانی تھا۔ مچھلیاں بہت کم ہاتھ لگیں۔ اس روز مچھلی منڈی میں ہر چیز مہنگی تھی، اس لئے..... آج تو مچھلی افراط سے لائی گئی ہے اور پھر سودا ٹھیک ٹھاک ہوا ہے“۔ نہ تو گا ہک اور نہ ریستوران کا مالک، بل کی ادائیگی کو ایک مرتبہ کا سودا سمجھتے ہیں۔ ان کے آپس کے سمجھوتے کی بنیاد ماضی، حال اور آئندہ کی مجموعی صورت حال پر ہوتی ہے۔ دونوں فریق کسی ایسے معاہدے کو ناپسند کرتے ہیں جو ایک ہی کھانے پر شروع ہو کر ختم ہو جائے اور جس کے ہر بل میں مچھلی کے ہر قتلے کی الگ الگ قیمت لگائی جائے۔ ان کی زندگی اس منطق کی قائل ہے کہ جو کچھ ہے وقت کے تسلسل پر قائم ہے..... ”لبے عرصے پر محیط“۔

کوئی کمپنی جب کسی ملازم رکھتی ہے تو اس کے ساتھ اس کی پوری صلاحیتوں کا سودا کرتی ہے۔ کارپوریشن اور اس کا نیا ملازم دونوں یہ بات سمجھتے ہیں کہ فرم ایک پورے آدمی کو اپنی ملازمت میں لیتی ہے۔ اگر کاروبار میں مندرہ ہو تو انتظامیہ مزدوروں کو کام سے فارغ نہیں کر دیتی۔ اس لئے کہ آجروں نے مزدوروں کو اپنے درمیان قبول کر لیا ہے، اب یہ رشتہ محض اس بنا پر ٹوٹ نہیں سکتا کہ مزدوروں کی اب ضرورت باقی نہیں رہی، یہ ہے وہ روایتی یگانگت کا شعور جو عملاً نظر آتا ہے۔

نظریے اور عمل دونوں میں جاپانی ایک ”کل“ کو پیش نظر رکھتے ہیں، چاہے وہ

ایک کمپنی ہو، یا پوری قوم ہو، وہ ان کو پرزہ پرزہ کر کے نہیں دیکھتے۔ ایک پورا ”کل“ اس کے اجزاء سے کہیں زیادہ وسیع ہوتا ہے۔ افراد کی فلاح نسبتاً غیر اہم ہوتی ہے۔ جمعیت کا رتبہ سب سے بلند ہے۔ جس کی سلامتی اور خوشحالی کے لئے گروپ کے ارکان اپنا سب کچھ قربان کرنے کے لئے آمادہ رہتے ہیں۔

گروپ بندی بمقابلہ کالمیت اور انفرادیت

اگرچہ گروپ بندی، جرمن قوم کی خصوصیت معلوم ہوتی ہے لیکن ان کا انداز جاپانیوں سے مختلف ہے، جو افراد کے جداگانہ وجود کو..... کہ ہر فرد جو ہری توانائی رکھتا ہے، تسلیم کرتے ہیں۔ جرمنی والوں کا انداز کالمیت کا ہے، جہاں افراد کو ایٹمی توانائی دے کر انہیں ایک لیڈر کے تابع کر دیا جاتا ہے اور یہ لیڈر سب کو اپنے ساتھ لے کر چلتا ہے۔ کہا جاسکتا ہے کہ جرمن لوگ ایک ”کل“ کے بغیر اجزاء کا وجود بے معنی ہے۔ ایڈولف ہٹلر خود کو فیوہر (Führer) کہتا تھا۔ جاپان میں اس کا متبادل ”رفیق سفر“ یا ”نگہبان سفر“ ہے۔ اور اس شخص کی حیثیت مرغی کی سی ہے جو چوزوں کی نگہبان ہوتی ہے۔ ہٹلر کی طرح کے آمر عام لوگوں کی حمایت حاصل کرتے ہیں، جو ایٹم کا مجموعہ ہوتے ہیں، اور یہ آمر ہمہ گیر تبدیلیاں لانے اور حالات کی اصلاح کا وعدہ کرتے ہیں۔ ایشیا میں بہت سے تشدد آمروں نے حکومت کی ہے۔ ایسے ملکوں میں جاپان بھی شامل ہے، لیکن مغرب کی طرز کا کوئی ڈکٹیٹر ایشیا میں نہیں آیا، (تا آنکہ چین میں ماؤزی ڈونگ برسر حکومت آئے جنہوں نے چینی کمیونسٹ پارٹی سے طاقت اور مارکسزم کے مغربی نظریے سے توانائی حاصل کر کے اقتدار پر قبضہ کیا۔ مغرب کی فکر کے مطابق، ہر چیز فرد سے شروع ہوتی ہے۔ ”کل“ میں معاملہ فہم انسان شامل ہیں۔ امریکہ کے انتظامی نظریے پر یہ بات صادق آتی ہے، خواہ معاملہ رسمی تنظیم کا ہو، یا غیر رسمی انسانی روابط کا۔ بنیادی انسانی حقوق کا نظریہ جس میں فرد کی قدرو قیمت پر بہت زور دیا گیا ہے، مغرب سے ہی نکلا، یہ آفاقی تصور نہیں تھا۔ انسانی حقوق کے تصور میں یہ مفروضہ شامل ہے کہ ایک تنظیم اور اس کے ارکان کے مفادات کے درمیان ایک منطقی امتیاز اور بنیادی تضاد پایا جاتا ہے۔ اس مسئلہ کو اس طرح دیکھا جاتا ہے کہ حقوق آپس میں متصادم ہیں اور مسئلہ کا حل یہ ہے کہ فرد اور جماعت کے دعووں کو جوان کے درمیان

متنازعہ ہیں اور مسئلہ کا حل یہ ہے کہ فرد اور جماعت کے دعووں کو جوان کے درمیان متنازعہ ہیں کس طرح کرا لیا جائے، اب خواہ وہ جماعت قوم ہے یا کارپوریشن کی طرح کا کوئی رضا کار ادارہ ہے۔ جاپان میں اگرچہ کسی فرد اور جماعت (خاندان، دیہات، کمپنی) کے مفادات ایک دوسرے سے دور ہوتے نظر آتے ہیں لیکن یہاں اس طرح سوچا جاتا ہے کہ یہ تمام مفادات، کمپنی یا قوم کی بقا کی خاطر ایک وسیع تر کل میں آ کر مل جاتے ہیں۔ انفرادی مقاصد، طویل المیعاد مفادات میں آ کر ضم ہو جاتے ہیں، کیونکہ ان مفادات میں سبھی کی تقدیر وابستہ ہوتی ہے۔ مشرقی فلسفہ کی روح، جس میں جاپان کے نظام اقدار کی روح بھی شامل ہے۔ اس عقیدے کا محور ہے کہ ”کل“ اور اس کے اجزاء میں کوئی تضاد نہیں، فرد اور کاندان میں فرد اور کنبے میں، فرد اور جمعیت اور قوم میں کوئی اختلاف نہیں۔ مغربی فلسفے میں ان دونوں کے درمیان ایک یقینی تضاد نظر آتا ہے، لیکن مشرقی فکر کو ان میں یگانگت محسوس ہوتی ہے۔

میں مشرق اور مغرب کا تقابل پیش کر رہا ہوں، جن کے درمیان ایک اختلاف زمانہ قدیم سے چلا آ رہا ہے بعض قارئین اس بات پر معترض ہوں گے کہ یورپ اور ایشیا کے براعظم دو جغرافیائی منطقوں میں پہلے ہی سے تقسیم ہیں تو پھر اس پر بحث کرنا ایک غیر علمی بات ہوگی۔ اس طرح کے اعتراضات سے بچنے کے لئے میں اس موضوع کا دائرہ متعین کروں گا اور یہ بتاؤں گا کہ یہ بحث بامعنی کیوں ہے۔ پروفیسر اشیدا ای چیرو (Prof-Ishida Eichi) نے جو علاقائی حد بندی کی ہے، میں اسے نہایت مفید پاتا ہوں۔ وہ یہ کہ برما، تبت اور چین کے مشرق کا علاقہ تو ”مشرق“ کہلائے گا اور ہندوستان اور مشرق وسطیٰ کو ”مغرب“ میں شمار کیا جائے گا۔ حالانکہ مشرق وسطیٰ کو مغرب میں شمار کرنا قدرے مشکوک بات ہوگی لیکن میرے نزدیک یہی درست ہے، کیونکہ چند استثنائی صورتوں سے قطع نظر، مثلاً ہنگری اور فن لینڈ کے ممالک، دیگر تمام باشندے جو ہندوستان کے مغرب میں آباد ہیں، ہند یورپی زبانیں بولتے ہیں۔ ان کے معاشروں میں ذات پات کی تفریق ہے، یا آبادی کو اسی نوع کے امتیاز کا سامنا ہے۔ اس کے مقابلے میں میرے کھینچے ہوئے خط کے مشرق میں مختلف زبانیں بولنے والوں کی آبادیاں ہیں، ان کے یہاں مغرب کی طرز کی سماجی درجہ بندی کا طریقہ کبھی رائج نہیں رہا۔ چین کے معاشرے میں کوئی درجہ بندی نہیں۔ پروفیسر

ناکاؤ سا سو کے (Prof. Nakao Sasuke) کے بقول جو علم البشریات کے علاوہ چین کے معاشرے کے بھی ماہر ہیں، یہاں کے معاشرے کی ایک ہی ہموار بنت ہے۔ جدید چین کے بانی سن یات سن نے کہا ہے کہ چینی ریت کے ذروں کی طرح ہیں۔ اس پورے منطقے میں مغربی کنارے پر واقع تبت ہے جہاں کا معاشرہ لاماؤں یا پجاریوں کے زیر اثر ہے، ایک مہا پجاری کا مرتبہ یہاں کسی بڑے معزز آدمی سے کمتر نہیں۔ تاہم تبت میں کسی نہایت غریب کسان کا بچہ بھی اگر ابتدا سے ہی مذہبی تربیت حاصل کر لے تو پروہتوں میں شامل ہو سکتا ہے۔ یہاں کسی مرتبے تک پہنچنے کی بنیاد صلاحیت اور کوشش پر ہے، اہلیت کے بل بوتے پر معاشرے میں اوپر جانا ممکن ہے۔ البتہ مشرق میں جاپان اس سے مستثنیٰ ہے، جہاں کئی صدیوں تک ایک مخصوص فوجی طبقہ حکمرانی کرتا رہا۔ ایک جاگیر دارانہ سماجی ڈھانچے نے جس کا مقابلہ مغربی یورپ سے کیا جاسکتا ہے، جاپان کو ایک جداگانہ کردار دے دیا۔

پروفیسر اسیدہ نے کلچر کی تین جغرافیائی حد بندیاں کی ہیں۔ انہوں نے ”بیرہ روم سے بوسفورس“ تک ایک لکیر کھینچی ہے کیونکہ اس علاقے کو جو لکیر کے مشرق میں ہے، یورپ والے مشرق ہی شمار کرتے ہیں اگر ہم جاپان سے مغرب کی طرف دیکھیں اور سوال کریں کہ وہ حد کہاں ہے، جہاں سے ہمارے خیال میں مغرب کا منطقہ شروع ہوتا ہے تو اسیدہ کے بقول بہت سے جاپانی باشندے برما اور ہندوستان کے درمیان خط تقسیم کھینچ لیں گے۔ سفر کے دوران میں جب بھی طیارہ برما سے گزر کر ہندوستان میں داخل ہوتا ہے، مجھے ہمیشہ یہ محسوس ہوتا ہے کہ ”اب ہم ایک مختلف دنیا میں داخل ہو رہے ہیں“۔ واپسی میں کلکتہ سے جنوب مشرقی ایشیا کی طرف جاتے ہوئے بھی مجھے ایک طرح کی طمانیت محسوس ہوتی ہے، جیسے میں اپنے ثقافتی علاقے میں ابھی ابھی داخل ہوا ہوں۔ ہند برمی سرحد کے دونوں جانب مغرب اور مشرق کے معاشرے ایک دوسرے سے نمایاں طور پر مختلف ہیں۔

فرض کیجئے کہ ایک موٹر سائیکل سوار ٹریفک ضابطے کی خلاف ورزی کرتا ہے اور پولیس والا اسے روکتا ہے۔ اگر یہ واقعہ مشرق میں ہو تو کیا ہوگا اور مغرب میں ہو تو کیا ہوگا؟ جاپان میں موٹر سائیکل سوار کا رویہ محض سرسری اور قانون پر مبنی نہیں ہوگا کہ ”میں جرم اندہ دے دوں گا اور معاملہ وہیں ختم ہو جائے گا“۔ جی نہیں۔ اسے پولیس والے سے یہ کہنا پڑے گا کہ ”جناب، مجھے معلوم ہے کہ میں نے غلطی کی ہے، اور آئندہ میں ٹریفک ضابطے کی خلاف

ورزی نہیں کروں گا، اگر آپ اسے تاثر دے دیں کہ واقعی آپ اپنی حرکت پر نادم ہیں تو یہ بھی ہو سکتا ہے کہ وہ جرمانہ عائد نہ کرے اور آپ کو یونہی جانے دے۔ لیکن مغرب میں یہ نہیں ہوگا۔ کاواشیما کی کوشی قانون کے ماہر اور ٹوکیو یونیورسٹی میں پروفیسر ایریٹس ہیں، انہوں نے مغربی جرمنی میں سفر کرتے ہوئے شاہراہ پر پیش آنے والا یہ واقعہ بیان کیا۔ پولیس والے نے ان کو روک لیا، کیونکہ ان کی گاڑی آگے جانے والی گاڑی سے بہت قریب جا رہی تھی۔

پروفیسر نے تجربہ کرنے کی نیت سے جرمن پولیس میں سے بالکل اس طرح معذرت کی، جس طرح وہ جاپان میں کرتے لیکن پولیس مین پر اس کا کوئی اثر نہیں ہوا۔ جرمانہ اسے دینا ہی پڑا۔ تاہم پولیس مین کا رویہ نہایت شائستہ تھا۔ جرمانے کی رسید پروفیسر کے حوالے کرتے ہوئے اس نے خوش دلی سے کہا ”پروفیسر! خوشگوار سیر کے مزے لیجئے۔ جاپان میں پولیس افسر قانون سکون لوگوں کے ساتھ سخت برتری کا مظاہرہ کرتے ہیں۔ اس طرح کے رسمی فقرے بولنا وہ اپنے مرتبے کے منافی سمجھتے ہیں۔ اس کے باوجود اگر کوئی شخص اپنی غلطی کو ایمانداری سے تسلیم کر لے اور معذرت کرے تو وہ اکثر اسے تنبیہ کر کے چھوڑ دیتے ہیں۔ امریکہ میں اگر کوئی موٹر ڈرائیور پولیس کے رویہ پر اعتراض کرے اور کہے کہ ”لال بتی کی خلاف ورزی میں نے تو نہیں کی“۔ تو پولیس والا غالباً روکے کا روبرو باری انداز میں کہے گا۔ ”یہ بات تم ٹریفک کی عدالت میں جج کے سامنے کہنا۔“

ادھر حالیہ برسوں میں سنگاپور میں ٹریفک کے ضابطوں کا نفاذ بڑی سختی کے ساتھ ہوا ہے۔ پولیس نہایت معمولی خلاف ورزی پر ڈرائیوروں کو روک لیتی ہے لیکن کہا جاتا ہے کہ خطا کار موٹر ڈرائیوروں کو، جیسا کہ کسی مشرقی ملک میں توقع کی جاسکتی ہے، سختی تنبیہ کرنے کے بعد چھوڑ دیا جاتا ہے۔ مغربی ممالک میں عام طور پر اس کی توقع نہیں کی جاتی کہ آپ اپنی غلطی کا اعتراف کریں اور اس کے لئے معافی مانگیں۔ مشرقی ملکوں میں یہ رویہ زیادہ کارگر ثابت ہوتا ہے کہ آپ دوسرے فریق کے سامنے تاسف کا اظہار کریں اور کہیں کہ آپ غلطی پر تھے۔ مغرب سے آنے والے تاجروں اور سیاحوں کو یہ بات یاد رکھنی چاہئے کہ ایشیا میں اکثر ان کے کاروباری تعلقات میں کوئی خرابی پیدا ہو تو عذر خواہی کا طریقہ موثر ہوگا۔ تاہم یہ سب کچھ کہنے کے بعد ایک بات ادھر چند برسوں کے دوران یہ دیکھی گئی ہے کہ

جاپان کے کاروباری لوگ غیر ملکوں کے ساتھ معاملہ کرتے وقت اور ان غیر ملکوں میں یورپی، امریکی اور عرب خاص طور پر شامل ہیں، بالکل مغرب والوں جیسا تحکمانہ انداز اختیار کرتے ہیں۔ جاپان کے کئی اعلیٰ عہدیداروں نے ذاتی تجربے سے یہ سیکھا ہے کہ جارحانہ انداز اختیار کرنا ہی مناسب ہوگا، اگر ایسا نہ کیا تو وہ نقصان میں رہیں گے۔

مغرب میں خاص طور پر یورپی ملکوں میں ایسے کئی مختلف ثقافتی میدان موجود ہیں، جن کے درمیان مشترکہ اقدار اور ایک ہی جیسے ادارے کام کر رہے ہیں۔ مثال کے طور پر مغربی یورپ کو ایک مکمل ثقافتی منطقہ قرار دیا جاسکتا ہے لیکن مشرق میں ثقافتی تنوع زیادہ ہے اور یکسانیت کم۔ ہم عمومیت کے انداز میں ”مغربی طرز کی انتظامیہ“ کے الفاظ بڑی روانی سے کہہ سکتے ہیں، لیکن ”مشرقی طرز کی انتظامیہ“ کہتے ہوئے کسی کو نہیں سنا ہوگا۔ جرمن کہن جیسے ماہروں نے بالکل صحیح پیش گوئی کی تھی کہ ائندہ صنعتی ترقی اس علاقے میں ہوگی، جس کے ملکوں میں کنفیوشس کے نظریے کا اثر بہت گہرا ہے لیکن جاپان، جنوبی کوریا اور ان دوسرے ملکوں میں جہاں نئی صنعتی ترقی ہوئی ہے، گروپ بندی اور اداروں کی تشکیل اور ان کی کارکردگی کے درمیان، زبردست فرق دیکھنے میں آیا ہے۔ جنوبی کوریا میں فیصلہ کرنے کا انداز وہی ہے جو مثال کے طور پر چین میں ہے، یعنی وہاں ایک مرکزیت ہے اور فیصلہ کرنے کا اختیار سب سے اوپر بیٹھے ہوئے فرد یا افراد کو ہے۔ جاپان میں اس کے برعکس ہے۔ یہاں اتفاق رائے کا مظاہرہ نیچے سے اوپر کی طرف ہوتا ہے اور یہی بات گویا قومی خواہش بن جاتی ہے۔

انفرادیت پسندی اور سالگرہ ہیں..... گروپ بندی اور گرم حمام

جاپان کے معاشرے میں تنظیم، اس کے ارکان کے مقابلے میں زیادہ اہم ہے۔ گروپ ہی تمام اقدار کا سرچشمہ اور اخلاقی ذمہ داریوں کا مرکز ہے۔ مغرب کی انفرادیت پسندی کے مطابق کسی شخص کی سالگرہ ایک خاص تقریب کے طور پر منائی جاتی ہے، تہنیتی کارڈ، پھول، تحائف دعوت مدارات اس دن کے ساتھ منسوب ہیں۔ ایک پرانی روایت چلی آرہی ہے کہ ہر سال کے خاتمے پر اور نئے سال کی آمد پر خاندان کے افراد ایک چھت کے نیچے جمع ہوتے ہیں ایک سال کے بخزیت گزر جانے پر ایک دوسرے کو

مبارک باد دیتے ہیں۔ یہ خاندان باعتبار مجموعی ایک سال اور بڑا ہو گیا، لیکن وہ خاص دن جب اس کے افراد دنیا میں آئے تھے، ان کے نزدیک نہیں تھا۔ تاہم دوسری عالمی جنگ کے بعد سے سالگرہ منانے کی مغربی رسم جاپان میں بھی پھیل گئی اور پرانی رسم بتدریج بھلا دی گئی۔ آج کل جب کوئی بالغ شخص ”سالگرہ مبارک“ کہتا ہے تو جاپان کے بچے خوشی سے نہال ہو جاتے ہیں، کیونکہ اس کا مطلب یہ ہے کہ انہیں تحفہ ملے گا، لیکن بڑی عمر کو پہنچنے کے بعد جب تحائف ملنے بند ہو جاتے ہیں تو ہمیں خود اپنی تاریخ پیدائش یاد نہیں رہتی۔

مغرب والوں کا طریقہ ہے کہ اپنے جہازوں کا اور شہر کے گلی کوچوں کا نام مشاہیر کے نام پر رکھتے ہیں..... مثلاً فوجی ہیرو، سیاست دان یا فن کار جنوبی کوریا کے باشندے بھی انفرادیت پسند ہوتے ہیں، وہ بھی اپنے یہاں کے پبلک مقامات کو بادشاہوں اور سپاہیوں سے منسوب کر دیتے ہیں لیکن جاپان میں جہاں اجتماعی کوششوں پر بہت زیادہ زور دیا جاتا ہے، کسی فرد کی اس طرح پذیرائی نہیں کی جاتی۔ کبھی کبھار کسی جہاز یا شاہراہ کے لئے بادشاہ کے نام کا استعمال کر لیا جاتا ہے لیکن ایسا کرتے وقت بھی بادشاہ کے نام کی بجائے اس کی حکمرانی کے سال کا نام درج ہوتا ہے۔ انیسویں صدی کے آخری برسوں میں جب جاپان میں مغربیت کی آندھی چلی تو یہاں کے پلازاؤں اور پارکوں میں بہت سے مقبول لوگوں کے مجسمے نصب کئے گئے، لیکن دوسری عالمی جنگ کے بعد یہ رسم بھی ختم کر دی گئی۔ اہم چیز اجتماعیت ہے۔ پھر کوئی وجہ نہیں کہ ایک فرد کو سب سے الگ کر کے اسے امتیازی درجہ دیا جائے۔

مشرق والوں اور خاص طور پر جاپانیوں کو یہ بات بڑی عجیب لگتی ہے کہ کسی فرد پر یا مخصوص شخص پر بطور خاص توجہ کی جائے جو مغرب والوں کا انداز ہے۔ مغرب میں کسی شخص کا اصل نام، اس کے خاندان کے نام سے پہلے لکھا جاتا ہے۔ خطوط کے پتوں میں بھی مکان کا نمبر، پھر گلی، شہر اور ریاست کا نام، سب سے نیچے کی انتظامی وحدت سے لے کر اوپر تک درج کیا جاتا ہے۔ تاہم کسی چیز کی درجہ بندی کا معمول کا طریقہ تو یہ ہے کہ سب سے اوپر کے درجے سے چلتے ہوئے سب سے نیچے تک یعنی کل سے اجزا کی طرف آیا جائے۔ مغرب والوں نے اس طریقے کو الٹ کر فرد کی اولیت کو نمایاں کیا ہے۔ جانداروں کی قسطوں کی بقا، قدرت کا اہم ترین لازمہ رہی ہے۔ جاپانیوں کا شعور، بقائے نسل کے اس فطری اصول سے

پوری طرح ہم آہنگ ہے اور اسی سے ظاہر ہے کہ یہ ملک کس طرح برقرار ہے۔
 جاپان کے معاشرے میں انفرادی حقوق کو ہمیشہ نجی مفادات کا ہم پلہ کہا گیا ہے،
 جو پبلک کے مفادات سے کمتر درجے کی چیز ہے۔ فرد کو یہاں کی زبان میں ”واٹاکشی“
 (Vatakushi) یعنی ”میں“ کہا جاتا ہے، جس کے معنی ”نجی اور ذاتی“ کے ہیں۔ اس کا
 مخالف لفظ پبلک یا ”مشترکہ مفاد“ ہے یا ”ایک پورا گروپ“ ہے۔ حالانکہ مغرب میں
 ”نجی“ یا پرائیویٹ کو اچھے معنوں میں استعمال کیا جاتا ہے، لیکن جاپان کی زبان کا لفظ ”واٹا
 کشی“ ”زیادہ لوگوں کے مفاد کے منافی“ کے معنی دیتا ہے۔ ایک مستند لغت میں اس کے معنی
 ہیں ”(۱) فرد کی اپنی سہولیت، (۲) اپنے مفادات کی فکر کرنا (۳) خود غرضی، مفاد پرستی۔
 باعتبار مجموعی اس سے مراد وہ شخص ہے جو ذاتی مقاصد اور مفادات پورے کرنے کے چکر
 میں رہتا ہے۔

جاپانیوں نے کئی صدیوں تک اپنی تہذیب اس طرح کی ہے کہ جماعت کے
 مقابلے میں فرد کے مفاد کو اہمیت نہ دی جائے، اسے کمتر سمجھا جائے۔ یہاں کے رسوم و رواج
 میں بھی اجتماعی شعور کی حوصلہ افزائی کی جاتی ہے۔ مثال کے طور پر مغرب میں غسل خانہ ایک
 فرد کے لئے ہوتا ہے، گرم حمام میں ایک ہی شخص غسل کرتا ہے، لیکن جاپان میں پبلک غسل
 خانے یا ”شتو“ کا رواج ہے یا گرم پانی کے چشمے پر نہاتے ہیں۔ بہت سے لوگ ایک ساتھ
 بھاپ اٹھتے ہوئے پانی میں غسل کرتے ہیں۔ افراد اس طرح کا خود غرضانہ مطالبہ نہیں
 کرتے کہ ”مجھے گرم پانی میں نہانا اچھا لگتا ہے“ یا ”مجھے نیم گرم پانی پسند ہے“ گروپ کے
 سارے ہی لوگ کپڑے اتار کر ایک ساتھ نہاتے ہیں، یہ قربت ان میں دوستی کے رشتے کو
 مضبوط کرتی ہے۔

جب جاپانی ایک گروپ کی صورت میں کھانا کھانے بیٹھتے ہیں تو ان میں سے ہر
 فرد ایک ہی کھانے کی فرمائش کرتا ہے۔ یہ یکسانیت اپنے گروپ میں یگانگت کے رشتے کو
 مضبوط تر کرتی ہے۔ فرانس کے ایک ہوائی اڈے کے ریسٹوران میں، میں نے خود دیکھا کہ
 جاپانیوں کے ایک سیاحتی گروپ میں سے ہر ایک نے جب ایک ہی کھانے کی فرمائش کی تو
 ہیڈ ویٹر نے بیزاری سے اپنا سر پیٹ لیا۔ آزاد طبع فرانسیسی کے نزدیک جن میں سے ہر ایک
 اپنے لئے مخصوص کھانے کی خواہش رکھتا ہے، کھانے کی طرف ہمارا یہ رویہ بالکل بھیما نہ ہے

اور اس بات کا ثبوت کہ انفرادیت ہمیں چھو کر نہیں گزری ہے۔ پھر یہ بھی تو دیکھئے کہ مسیحی لوگوں کی اجتماعی عبادت خدا تعالیٰ کے ساتھ بندے کی یکجائی کا ثبوت ہے، جس کا نور عبادت گزاروں پر اترتا ہے۔ جاپانی خدائے مطلق سے اس طرح اپنا تعلق نہیں جوڑتے۔ ہم اس کی بجائے مانوس لوگوں کے ساتھ، ایک جمعیت یا برادری کے ساتھ اجتماعی یگانگت کو بڑی اہمیت دیتے ہیں، ہر ایک کی طرف سے ایک ہی کھانے کا انتخاب اس اجتماعی تشخص کا مظہر ہے۔

MashalBooks.org

جاپانی طرز کی انتظامیہ کی بنیادیں

سوئی گنر (Sui Generis) کا جاپانی گروپ، اس مجمع الجزائر کے پرسکون اور معتدل گوشہ عافیت میں کئی صدیوں کے دوران میں قائم ہوا۔ ان جزائر میں زمانہ قدیم سے رہتے رہتے یہاں کے لوگوں کے دلوں میں اپنی ہستی کے لئے گہری قربت پیدا ہو گئی ہے۔ رائے عامہ کا جائزہ لینے والوں نے ان جذبات کا غیر معمولی مظاہرہ دیکھا ہے۔ کسی سوالنامے کے جواب دینے والوں کو دیکھا گیا ہے کہ عمر، گذشتہ ملازمت وغیرہ کے خانے میں آسانی سے اندراج کر دیتے ہیں، لیکن آبائی گاؤں کا خانہ پر کرتے وقت ان کی پنسل یا قلم ایک جگہ ٹک کر رہ جاتے ہیں۔ یہ ضروری نہیں کہ آبائی گاؤں وہی ہو، جہاں کوئی شخص پیدا ہوا تھا۔ مثال کے طور پر ٹوکیو میں رہنے والے ایک بالغ جاپانی کے لئے آبائی گاؤں وہی ہو سکتا ہے جہاں اس کا باپ پیدا ہوا تھا، یہ وہ جگہ ہے جہاں اسے اپنی شناخت ملتی ہے کیونکہ اس کے آباؤ اجداد صدیوں تک وہاں رہ چکے ہیں۔ جاپانی مرنے کے بعد وہیں اس مٹی میں دفن ہونا پسند کرتے ہیں، تاکہ اپنے بزرگوں سے بعد از مرگ ملاقات کر سکیں۔

۷ دسمبر ۱۳۹۱ء کو جب پرل ہاربر پر اچانک حملہ ہوا تو امریکہ کے کئی جنگی جہاز ڈوب گئے۔ اس کے بعد ایک جنگی کشتی ”اریزونہ“ کے سوا باقی سب کو تیرا کر ساحل پر لایا گیا۔ ”اریزونہ“ اس اتوار کے دن کی ایک خاموش علامت بن کر رہ گیا ہے۔ جہاں پر لگا ہوا پرچم ہر روز لہرایا جاتا ہے۔ (جہاز ڈوب چکا، اس کی پیشانی سطح آب سے اوپر نکلی ہوئی ہے) پچاس سال ہونے کو آئے، اس جہاز کے عملے کی باقیات جن کی تعداد 1177 تھی، اب تک ڈوبے ہوئے جہاز کے اندر پھنسی ہوئی ہیں۔ امریکی فوجی، ہزاروں کی تعداد میں کوریا کی جنگ میں ہلاک ہوئے، جنوبی کوریا کے قبرستانوں میں ان کی لاشیں دفن ہیں۔ امریکیوں کو اس بات پر کوئی اعتراض نہیں کہ ان کے خدمت گاروں کی لاشیں، سمندر

پارکی سرزمین میں دفن کر دی گئیں لیکن جاپانی اب بھی یہ چاہتے ہیں کہ ان کے جنگی شہیدوں کی لاشیں بازیافت کی جائیں اور انہیں ان کے آبائی قبرستانوں میں دوبارہ دفن کیا جائے، چاہے اس کام میں کتنا ہی سرمایہ اور کتنی ہی محنت صرف ہو۔

شاہی بحریہ کا جنگی جہاز مٹسو (Matsu) 1943ء میں ایک اتفاقی دھماکے کے بعد ہیروشیما کی خلیج میں ڈوب گیا۔ دوسری عالمی جنگ کے خاتمے پر کثیر رقم صرف کر کے اسے دوبارہ پانی کی سطح پر لایا گیا، اس میں سے جہازیوں کی لاشیں نکالی گئیں اور تکفین کے بعد انہیں ورثاء کے حوالے کر دیا گیا۔ جنگ میں ہلاک ہونے والوں کے افراد خاندان، اپنے عزیزوں کو غیروں کی سرزمین میں کبھی نہیں چھوڑیں گے۔ وہ چاہتے ہیں کہ ان کے سپاہیوں کی لاشیں وطن واپس لائی جائیں، خود مرنے والوں کی بھی یہی خواہش ہوتی ہے۔ ایک اور مثال۔ ریاست کینس میں فروٹ ریلے کے مقام پر جون 1986ء میں دوسری عالمی جنگ کے جاپانی قیدیوں کی لاشیں دریافت ہوئیں۔ ان کے خاندان والوں کی خواہش کے مطابق لاشوں کے ڈھانچے کھود کر نکالے گئے اور تکفین کے بعد انہیں جاپان بھیج دیا گیا۔ یہ اپنی زمین میں سپرد خاک کئے جانے کی خواہش، عافیت کوش زراعت پیشہ لوگوں کی ذہنیت کی عکاسی کرتی ہے۔ اگر جاپانی، خانہ بدوشوں اور ہجرت کرنے والوں کی نسل سے ہوتے تو ہمارے اندر اپنی سرزمین کے لئے شاید اتنی شدید قربت اور اپنائیت نہ ہوتی۔ یہ بے پناہ خواہش کہ ہم اپنے اجداد سے ہمیشہ کے لئے مل جائیں، اور ہمیشہ کے لئے انہیں پہاڑوں پر، اس سورج کے نیچے اپنے بزرگوں کے ساتھ آسودہ خاک ہوں، یہ جاپان کی گروپ بندی کا ایک منفرد پہلو ہے۔ یہ گروپ اپنے ساتھ رہنے والوں تک محدود نہیں، یہ قربت حال سے گزر کر دور ماضی تک پھیلی ہوئی ہے۔ یہ کنبہ اپنے دائرے میں گزرے ہوئے بزرگوں کو شامل رکھتا ہے، اور کمپنی اپنے درمیان موجودہ عملے کے ساتھ ہی گذشتہ نسلوں کے کارکنوں اور اس کے بانیوں کو بھی شمار کرتی ہے۔

ماضی ہمیشہ کے لئے ختم نہیں ہو گیا۔ یہ حال کے اندر موجود ہے۔ کمپنی کے مرحوم بانی اور گزرے ہوئے آباؤ اجداد کا می (Kami) یا سورا ئی (Sorei) کی شکل میں اپنی قبروں سے اپنے وارثوں کے احوال پر مسلسل نظر رکھتے ہیں۔ جس طرح مسیحی خدا سے اپنے تحفظ اور سلامتی کے لئے دعا مانگتے ہیں، اسی طرح جاپانی اپنے اجداد کی ارواح سے غیبی

امداد کی دعا کرتے ہیں۔ جاپانیوں کے انداز فکر کو سمجھنے کے لئے سورائی ایک اہم کلیہ کی حیثیت رکھتی ہے۔ جس طرح ریگ زاروں سے یا سرد علاقوں سے ایک خدائے مطلق کی عبادت کرنے والے مذاہب اٹھے، اگرچہ اس طرح کا کوئی عالمگیر مذہب جاپان کی سرزمین سے نہیں اٹھا، تاہم یہاں کے معتدل موسم نے ایک ایسے عقیدے کو خود جنم دیا جو تناخ کی صورت میں یہاں کی مٹی اور قدرتی مظاہر میں کارفرما ہے۔ انیسویں صدی کے آخری زمانے سے ہی جاپان کی جنگ آزما حکومت نے ان عقیدوں کو ایک قوم پرست ریاستی مذہب کی شکل دے دی (ایسا مذہب جس میں بزرگوں کی ارواح سے تعلق کو عبادت کا درجہ دیا گیا ہے) تاہم اس جدید کارگزاری سے بہت طویل عرصہ پہلے، ایک قدیمی مذہب کا وجود یہاں بھی تھا۔ ان کے عقائد کا نظام، زمانہ قدیم سے ہی جاپان کی روحانی اور مادی زندگی میں اپنی مثال میں کرتا آیا ہے۔ سابق شتو ریاست کا سب سے مبارک نمونہ بہت سے جاپانیوں کی نظر میں کاغذ کا وہ تعویذ ہے، جسے بہت سے دیگر جاپانی محض توہم پرستی سمجھتے اور ردی کی ٹوکری میں ڈال دیئے ہیں لیکن یہاں کا ہر خاندان بودھ یا دگاری حتیٰ کو ”سورائی“ کی علامت سمجھتے ہوئے اس کی حفاظت کرتا ہے۔ 1984ء میں میا کا جیما (Miyakajima) میں جو دارالحکومت سے دو سو کلومیٹر جنوب میں خلیج کا ایک جزیرہ ہے، آتش فساں پھٹ پڑا ایلتے ہوئے آتشیں لاوے کو دیکھ کر بہت سے لوگ بعجلت بھاگ کھڑے ہوئے۔ ٹی وی کی خبروں میں بہت سے لوگوں کو یہ کہتے ہوئے سنا گیا کہ ”ہم بمشکل اپنی آبائی تختیوں کی اور بنک بک کی حفاظت کر سکے“۔ یہ ان کا مخصوص رویہ تھا۔ مذہبی عقائد کے سلسلے میں جائزوں سے معلوم ہوا کہ جاپان میں بہت سے عیسائی بھی ہر سال اگست کے مہینے میں بودھوں کا ”بون“ تہوار مناتے ہیں، جس میں روحوں سے عقیدت کا اظہار ہوتا ہے، اس طرح کی مثالوں سے معلوم ہوتا ہے کہ ”سورائی“ پر اعتقاد کا رشتہ رسمی مذہب سے زیادہ مضبوط ہے۔ مشروب بیچنے والی ایک امریکی کمپنی نے ”بون“ کے موسم میں لوگوں کے جذبات سے فائدہ اٹھانے کی کوشش کی۔ ریڈرز ڈائجسٹ کے جاپانی زبان میں شائع ہونے والے اشتہار میں یہ عجیب و غریب عبارت، جسے انتہا درجے کی بد مذاقی سمجھنا چاہئے، شائع ہوئی تھی، پیپی کولا اتنا خوش ذائقہ ہے کہ آپ کے مرے ہوئے رشتہ دار بھی قبروں سے نکل کر اسے پینے آجائیں گے۔“ یہ سفاکانہ محاورہ بندی کسی تیسرے

درجے کے امریکی ماہر بشریات کی ثقافتی لاعلمی کا شاہکار تھی۔

جنوبی کوریا کے لوگ اپنے خاندانی شجرے کے سلسلے میں بہت حساس ہوتے ہیں اور اس معاملے میں جاپانیوں سے بھی زیادہ خاندانی تعلق کا احترام ملحوظ رکھتے ہیں، لیکن یہ لوگ انفرادیت پسند ہیں۔ کوریا کے لوگوں کو اکثر کہتے سنا گیا ہے۔ ”ایک سے ایک کا مقابلہ ہو تو ہم جاپانیوں کو مات دے سکتے ہیں لیکن دونوں طرف سے تین تین افراد کی ٹیم کا مقابلہ ہو تو جاپانی ہمیشہ جیتیں گے“ حالانکہ یہ بات محض مذاق کے طور پر کہی جاتی ہے، لیکن انفرادی کوشش کے معاملے میں کوریا والوں کو اکثر بہتر پایا گیا ہے اور گروپ کا گروپ سے مقابلہ ہو تو جاپانی بازی لے جاتے ہیں۔ سالہا سال تک کوریا میں کنفیوشس کی تعلیمات چھائی رہیں بلکہ بعض معاملات میں ان تعلیمات کا اثر کوریا کے معاشرے میں چین سے بھی زیادہ گہرا اور موثر تھا۔ حالیہ برسوں میں جنوبی کوریا میں عیسائیوں کی تعداد، مجموعی آبادی کے تناسب سے 25 فیصد بڑھی ہے۔ یہ اضافہ جزوی طور پر اس لئے بھی ہوا کہ اس سرزمین کی مٹی انفرادیت پسندی کے لئے بڑی زرخیز ہے۔ کوریائی باشندوں کے خاندان میں اس کا سربراہ سب سے زیادہ اہل اور باوقار شخص ہوتا ہے، جاپانی زبان میں یہاں کا خاندان مرکب ہے ”گھر“ ”کنہ“ اور ”اعزہ“ کا۔ اس میں سب سے بڑا بیٹا از خود باپ کا نمائندہ تسلیم کر لیا جاتا ہے۔ زراعت پیشہ لوگوں میں قیادت عام طور پر موروثی ہوتی ہے، تاہم شمالی ایشیا کے خانہ بدوش قبائل میں قیادت کا انحصار اہلیت پر ہوتا تھا۔ گاؤں کا مکھیا، برادری والوں کی قسمت پر براہ راست اثر انداز نہیں ہوتا تھا لیکن قبیلے کا سردار اگر نااہل ثابت ہو جائے تو اس کے معنی مکمل تباہی ہے۔ اسی بنا پر قیادت کی امتیازی خوبی کسی خانہ بدوش قبیلے کے لئے زندگی اور موت کا مسئلہ ہوتی تھی۔

جاپان اور کوریا کے باشندوں کے آباؤ اجداد ایک ہی ہوں گے لیکن کوریا کے لوگوں میں شمال مغربی ایشیا کی گلہ بانی والی ثقافت کے آثار اب تک برقرار ہیں۔ جاپان کے باشندے شمال اور جنوب کے ملے جلے ثقافتی اثرات رکھتے ہیں، لیکن ان کا نظریہ جنوب کے زراعت پیش باشندوں کا ہے۔

دھان کی کاشت، جاپان کی ثقافت کا محور

جاپان کے کلچر میں دھان کی کاشت کا کردار فیصلہ کن ہے۔ یہ وہ محور ہے، جہاں پروفیسر اشیدا کے بقول، جن کے خیالات میں پہلے بیان کر چکا ہوں، ہر چیز الف سے ی تک گردش میں ہوتی ہے۔ دھان کا ثقافتی علاقہ مانسون کے بارانی خطے پر پھیلا ہوا ہے۔ وہ جنوبی ایشیا سے شروع ہوتا ہے، جس میں ملائیشیا، تھائی لینڈ، ویٹ نام اور انڈونیشیا شامل ہیں۔ یہاں سے آگے یہ خطہ آسام کے مغرب ہندوستان اور نیوگنی کے جنوب سے ہوتا ہوا جاپان اور کوریا کے جنوبی نصف میدانی علاقے تک پھیلا ہوا ہے۔ دھان کی کاشت کے معاملے میں جیسے جیسے بہتری پیدا ہوئی یعنی اس کی نئی قسمیں سامنے آئیں، آب پاشی کا نظام بہتر ہوا اور زمین کا استعمال قرینے سے کیا جانے لگا۔ آبادی میں اضافے کے ساتھ ہی چاول کی مانگ بڑھتی گئی۔ بیسویں صدی میں کاشت کاری کے لئے قابل کاشت اراضی میں توسیع کی گئی۔ یہ ہیں ہوکیڈو، منچوریا، شمالی چین، شمالی امریکہ اور افریقہ کے کچھ علاقے جنہیں دھان کی کاشت کے لئے استعمال کیا جانے لگا۔ چاول کے پیداواری علاقوں میں زندگی کے معمولات، محنت کی ضرورت کے مطابق مرتب کئے گئے ہیں۔ یہاں کی بہت سی رسمیں اور میلے ٹھیلے، دھان کی کاشت کے حوالے سے وجود میں آئے ہیں، دھان کی کاشت اور چاولوں کے پیداواری علاقوں کی مرطوب مٹی اور موسم نے یہاں کے لوگوں کے قومی کردار پر گہرا اثر ڈالا ہے۔ اپنے انداز فکر اور رویوں میں دھان کی کاشت کے نشیبی علاقے کے لوگ، بنجر، ریگستانی علاقوں کے رہنے والوں سے یکسر مختلف ہوتے ہیں، یہاں تک کہ گندم کی کاشت والے علاقوں کے باشندوں سے بھی ان کی سوچ کا اندازہ لگ ہوتا ہے۔

جاپان میں جب وہ دنیا بھر سے الگ تھلگ تھا، دیہات کے اندر وہ چھ امتیازی خصوصیات پیدا ہوئیں جن سے ہمارے معاشرے اور اس کی اقدار کی تشکیل ہوئی۔ پہلی بات یہ کہ دھان کی کاشت میں اجتماعی محنت درکار ہوتی ہے۔ یہ ایک اہم نکتہ ہے۔ یہاں مورا (گاؤں یا برادری) کی ذمہ داریوں کے بارے میں فیصلہ پورا گروپ کرتا ہے۔ کسان ایک دوسرے کے تعاون کے ساتھ اس طرح کام کرتے ہیں کہ یہ تعاون ان کی فطرت ثانیہ بن گیا ہے۔ وہ کیفیت بھی دیکھنے کے لائق ہوتی ہے، جب کنسائی یا آیودا کسان

اپنے قریب ترین ہمسائے سے بھی میلوں دور اپنے کھیت میں ہل چلاتا ہے۔ جب دھان کے کھیت میں پانی دینے کا وقت آتا ہے تو پانی کا پمپ اس حساب سے کھولا جاتا ہے کہ پانی پوری روانی کے ساتھ بہتا جائے، اس میں کوئی رکاوٹ پیدا نہ ہو اور اس کے ساتھ ہی پورے گاؤں کے کھیتوں کی آبیاری ہو جائے۔ کھا د جب قدرے بلندی پر واقع کھیتوں میں ڈالی جاتی ہے تو اس کی نمی دوسرے کسانوں کے نشیبی کھیتوں کو بھی مل جاتی ہے۔ ہر کسان ایک ہی طرح کی کھا د استعمال کرتا ہے۔ اونچائی والے کھیتوں کے مالک کسانوں کو پانی دینے میں یہ خیال کرنا پڑتا ہے کہ نشیب کے کھیت پانی میں اچھی طرح ڈوب جائیں۔ جب دھان کی بالیاں پکنے کے قریب ہوتی ہیں تو کھیتوں سے پانی کی نکاسی شروع ہوتی ہے اس وقت بھی کسانوں کو یہ کام ایک ساتھ کرنا ہوتا ہے۔ دوسری بات یہ کہ ایسے معاشرے میں جس کی بنیاد دھان کے خم آلود کھیت پر ہو، وہاں کاموں کی تقسیم بہت خاص طرز کی نہیں ہوتی۔ شکار میں تو فطری طور پر کام کی تقسیم کرنی پڑتی ہے۔ بانٹا کرنے والے شکار کو کھیتوں سے باہر نکالتے ہیں اور ان پر حملہ کرنے والے زمین پر لیٹ کر بھاگتے ہوئے جانوروں کی تاک میں رہتے ہیں۔ چاول کی کاشت میں اس طرح کی تقسیم کار نہیں ہوتی۔ وہاں کسی ہرفن مولا ہوتا ہے اور اسے ہر طرح کے کام کرنے پڑتے ہیں۔ زمین کو تیار کرنا، پھیری لگانا، آہپاشی کرنا، جڑی بوٹیوں کو صاف کرنا اور آخر میں فصل کاٹنا۔ سوائے ان لوگوں کے جو جسمانی طور پر معذور ہوتے ہیں، اجتماعی کاموں میں تمام لوگوں کو اس بات کی اجازت نہیں ہوتی کہ اپنی پسند کا کام چن لیں، باقی سب کچھ چھوڑ دیں۔ پرانے زراعتی نظام میں کام کاج کے جو طریقے رائج تھے اور جواب تک چلے آ رہے ہیں، یہ انہیں کا نتیجہ ہے کہ جاپان کی کارپوریشنیں الگ الگ کام کے ماہروں کے مقابلے میں ایسے کارمگروں کو ترجیح دیتی ہیں جو ہر کام کر سکتے ہوں۔

دھان کی کاشت کی ایک تیسری خصوصیت یکسانیت اور تکرار ہے۔ کسان ہر سال ایک ہی طرح کی مشقت کے کام کرتے ہیں۔ شکاریوں اور خانہ بدوشوں کی زندگیوں میں جو تنوع ہے، وہ کسانوں کے یہاں نہیں۔ اگر کوئی جانور جال میں پھنس کر نکل گیا ہو، یا شکار ہونے سے بچ گیا ہو تو آئندہ کے لئے چونکا ہوا جاتا ہے۔ اب شکاریوں کو جانوروں کا شکار کرنے کے لئے نئی ترکیبیں سوچنی ہوں گی۔ مثال کے طور پر اگر کوئی جانور، گڑھے کی طرف

جانے سے بچنا چاہتا ہو تو شکاری کی کوشش ہوگی کہ اسے ہکا کر کھلے میدان میں آنے دے، جہاں اس کا تیرکمان موثر ثابت ہوگا۔ گویا اپنے شکار سے ذہنی زور آزمائی کرتے ہوئے شکاری نئے طریقے اور نئے ہتھیار استعمال کرتا رہتا ہے۔ یہاں تک کہ جنوب مشرقی ایشیا کے بعض علاقوں میں کام کی وہی معمول کی یکسانیت سال بسال نہیں رہتی۔ کسان اپنے بیج اور فصلیں ہر سال بدل دیتے ہیں لیکن دھان کی کاشت میں سال کے سال بمشکل کوئی تبدیلی ہوتی ہے۔ یہاں یکسر مختلف نوعیت کے طریقے اختیار کرنا ممکن نہیں۔ موسم تبدیلی لانے والا عنصر یقیناً ہے، خشک سالی ہو تو پیداوار کم ہوگی، لیکن کسان وہی روایتی طریقے آئندہ سال بھی استعمال کرے گا اور بارش کی آس لگائے رکھے گا۔ جاپانی زبان کے محاورے میں اس سے ان کے تن بہ تقدیر ہونے کا ثبوت ملتا ہے۔ ”صبر انسان کی اولین خوبی ہے“ اور ”ثابت قدمی کی جیت ہو کے رہتی ہے“۔ جاپان کی بڑی بڑی کمپنیوں یا تنظیموں میں بہت سے سفید پوش ملازموں کا فلسفہ اس دیہاتی محاورے پر قائم ہے کہ اگر تم ایک جگہ صبر و تحمل کے ساتھ جھے رہو گے تو بالآخر فصل پک کر تیار ہو جائے گی اور پیداوار بھی بہت ہوگی۔ اس اصول کے مصداق وہ ایک ہی ادارے میں ساری عمر ملازمت کرنے کو ترجیح دیتے ہیں اور اپنی سینیارٹی کی بنا پر ترقی پاتے رہتے ہیں۔ اس کے برعکس امریکہ میں بڑے بڑے نجی اداروں کی طرف سے جو ہر قابل کا شکار گویا صنعت بن گیا ہے اور ایک سے دوسری جگہ نوکری کرنا ایک معمول کی بات ہو گئی ہے۔

اس موقع پر ایک چینی کہانی یاد آتی ہے۔ جنگبوریاستوں کے دور (ق م-۲۲۱)۔ ۴۰۲) میں ریاست ذونگ (Zong) کا ایک کسان جس کا نام شاؤ زائو (Shou-Zhu) تھا ایک روز کھیت میں کام کرتے ہوئے ایک خرگوش کے قریب جا پہنچا۔ خرگوش چونک پڑا، تیزی سے بھاگا اور ایک درخت کے تنے سے جا ٹکرایا اور وہیں مر گیا۔ شاؤ زائو نے یہ دیکھا تو خوش ہو گیا۔ اسے روزگار کا ایک نیا وسیلہ ہاتھ لگ گیا تھا۔ اس نے کھیتی باڑی چھوڑ دی اور ہر روز شکاری امید لگائے درخت کے تنے کو تکتا رہتا۔ چین میں شاؤ زائو جس کے معنی ہیں ”کام سے بچاؤ“ اس بیوقوف گنوار کی علامت بن گیا جو کوشش کرنا چھوڑ دیتا ہے اور محض اتفاقات پر انحصار کرنے لگتا ہے۔ یہ نام اس شخص کے لئے بھی استعمال ہوتا ہے جو اپنے نہایت محدود تجربے کی بنا پر ہر شے کے بارے میں فیصلے صادر کرتا ہے اور بدلی ہوئی صورت

حال کے ساتھ سمجھوتہ نہیں کر سکتا لیکن یہی شاؤ زو اگر جاپان میں دھان کا کاشتکار ہوتا تو اس کا نام ثابت قدمی اور استقلال کی علامت ہوتا، جو زندگی میں حصول کامیابی کے لئے سب سے بڑی خوبی ہے۔

دوسری عالمی جنگ میں جاپانی فوج نے مسلسل یہی حکمت عملی اختیار کی۔ اگر ایک حملہ ناکام ہو گیا تو انہوں نے دوسرا حملہ ٹھیک اسی طرح کیا۔ کہا جاتا ہے کہ امریکی فوج کے افسر یہ سوچ کر حیران ہوتے تھے کہ جاپانی اپنی گذشتہ غلطی سے سیکھنے میں ناکام کیوں رہتے ہیں۔ میرا قیاس یہ ہے کہ ان میں دھان کے کاشتکار کا جو ذہن بن گیا تھا، یہ اس کی ترغیب تھی کہ وہ جنگ میں ایک ہی طریقے بار بار دہرا رہے تھے۔ فوج میں زیادہ تر افسر کسان طبقے سے تعلق رکھتے تھے اور ان کا یقین غالباً اس بات پر تھا کہ ثابت قدمی آگے چل کر کہیں نہ کہیں ضرور کامیابی سے ہمکنار ہوگی۔

نقالی: زراعتی کلچر میں ٹیکنالوجی کا تبادلہ

دھان کے کلچر یا زراعتی کلچر کی چوتھی خصوصیت ہمیں اس الزام کو جو بار بار سننے میں آتا ہے سمجھنے میں مدد دیتی ہے کہ ”جاپان کے باشندے نقالی میں بڑے تیز ہیں“۔ جاپانی کمپنیوں پر اکثر اس بات کے لئے نکتہ چینی کی جاتی ہے کہ وہ باہر کی ٹیکنالوجی اور مصنوعات کی نقالی کر لیتے ہیں لیکن دھان کے کھیت میں کانے والے لوگ تو فطری طور پر اپنے ہمسائے کے کامیاب تجربے کی نقالی کریں گے۔ شکار کھیلنا ایک انفرادی عمل ہے۔ شکاری اس کھیل کی باریکیوں کو خفیہ رکھ سکتا ہے۔ چاول کی کاشت میدانوں میں ہوتی ہے، جہاں کھیت پانی سے بھرے بھرے ہوتے ہیں اور جہاں سارا کام کھلے عام سب کے سامنے ہوتا ہے۔ کوئی نئے طریقے اختراع کئے جائیں تو انہیں ہر کسان استعمال کر سکتا ہے، انہیں نہ تو چھپایا جاسکتا ہے اور نہ نجی دانش کی ملکیت قرار دئے ہوئے ان کے جملہ حقوق محفوظ کرائے جاسکتے ہیں۔ جاپان کے سیاحتی گروپ کے ہر فرد نے جب ایک ہی کھانے کا آرڈر دیا تو اس کی تہہ میں بھی یہی جہلت کام کر رہی تھی کہ اپنے ہمسائے کی نقل کرو۔ ایسا لگتا ہے کہ ہر فرد کی نفسیات میں ایک خاموش انتباہ کی آواز گونجتی ہوتی ہے کہ ”قطار میں لگ جاؤ“۔ شکاریوں کی نسل سے پیدا ہونے والے لوگ، اس کے بالکل برعکس مختلف کھانوں کے آرڈر دیں گے۔ یہ ایک

شکاری کی نفسیات ہے۔ جاپان کوریا اور چین کے کاروباری سودے میں ہم نے لوگوں سے سوال کیا۔ ایک خیال کے مطابق کسی دوسرے فرد (یا کمپنی) کی تخلیقی صلاحیت اور کوشش کے نتائج کو اپنے مفاد میں استعمال کرنا، یوں سمجھئے کہ بالکل مفت اپنے کام میں لانا کاروباری ذہانت کی بات ہے تاوقتیکہ اس عمل سے اصل فرد یا کمپنی کو مالی نقصان نہ پہنچ رہا ہو۔ ایک دوسرا نقطہ نظر بھی ہے، وہ یہ کہ نقصان پہنچے یا نہ پہنچے، دوسروں کے نتائج کو اپنے فائدے کے لئے استعمال کرنا نامناسب بات ہے۔ آپ ان دونوں نقطہ ہائے نظر میں سے کس سے اتفاق کریں گے؟

جدول ۷: جواب دینے والوں کی تعداد جن کے خیال میں دوسروں کے نتائج کو مفت استعمال کر لینا جائز کاروباری عمل ہوگا

جاپان ۶۶۵ فیصد

جنوبی کوریا ۵۴۲ فیصد

جاپان سے جواب دینے والوں کی تعداد جنہوں نے مشروط طور پر دوسروں کے نتائج کو اپنے مصرف میں لانے کی تائید کی، جنوبی کوریا کے لوگوں کے مقابلے میں زیادہ ہے۔ عمر کے لحاظ سے نسبتاً کم عمر جاپانی (۲۰ اور ۲۹ سال کے درمیان) ۷۶ فیصد کی تعداد میں ہیں، جنہوں نے اس حکمت عملی کو جائز سمجھا۔ نوجوان جاپانی موقع سے فائدہ اٹھانے کے معاملے میں سب سے زیادہ تیز ہیں۔ دوسروں کی تخلیقات کو مفت استعمال کرنا، جنوبی کوریا والوں کی اکثریت کے خیال میں جائز نہیں لیکن عملاً صورت حال یہ ہے کہ جاپان کے مقابلے میں ٹریڈ مارک اور کاروباری عبارت (Logo) کی چوری اور دوسری کمپنیوں کی مصنوعات کی نقالی نسبتاً زیادہ سنگین مسئلہ کوریا میں ہی ہے۔ اخلاقی اصول اور کاروباری عمل کبھی کبھار ایک دوسرے سے مختلف ہوتے ہیں۔

مغربی ملکوں میں جہاں ”مفت استحصال کرنا“ ایک غیر اخلاقی طرز عمل سمجھا جائے گا، ایسے عمل کی تائید کرنے والوں کی تعداد بہت کم ہوگی۔ ۱۹۶۰ء کے وسطی زمانے میں ایک سو فی کینڈی کیس کا بڑا چرچا تھا۔ اس معاملے میں، بھی ملوث تھا۔ اس کیس سے اندازہ ہوا کہ جاپان کا معاشرہ ہوشیاری کے ساتھ کی جانے والی نقالی کے معاملے میں کتنا روادار ہے۔ ایک چھوٹی سی کنفلکشنری کے مالک نے جو میٹھی گولیاں بناتا ہے اجازت لئے بغیر اپنی

کینڈی کا نام ”سونی“ رکھ دیا جو الیکٹرانک کا سامان بنانے والی عالمی شہرت یافتہ کمپنی کا نام ہے۔ سونی نے اپنے کاروباری حق میں اس مداخلت پر مقدمہ دائر کر دیا۔ کینڈی کمپنی کے مالک نے اپنے دفاع میں کہا ”میں مانتا ہوں کہ میں نے ”سونی“ کا نام استعمال کیا، لیکن ہم نے سونی کو کوئی نقصان تو نہیں پہنچایا۔ وہ الیکٹرانک کا سامان بناتے اور بیچتے ہیں، کینڈی تو نہیں بناتے۔ ہمارے کسی فعل سے سونی کی بکری میں کمی نہیں ہوئی۔ اس کے علاوہ سونی کی مصنوعات معیاری ہوتی ہیں، اس لئے بھی سونی کے کاروباری نام اور شہرت کو کوئی نقصان نہیں پہنچا۔ سونی کمپنی والوں کو ثابت کرنا ہوگا کہ انہیں نقصان پہنچا“۔ اس وقت کے جاپانی قوانین کے مطابق کینڈی کمپنی والوں کی دلیل معقول تھی۔ (حالانکہ بہت سے مغربی ملکوں میں یہ طریقہ غیر قانونی تھا) کسی نام یا ملکیت کا مفت استعمال صرف اس وقت نامناسب تھا جب اس سے دوسرے فریق کو نقصان ہو رہا ہو۔ سونی نے یہ ثابت کرنے کی کوشش کی کہ اس کو مالی نقصان اٹھانا پڑا ہے۔ بالآخر دونوں فریقوں میں سمجھوتا ہو گیا اور سونی نے مقدمہ واپس لے لیا..... مسئلہ حل میں جاپانیوں کا خاص طریقہ۔

جاپان کا امریکہ اور یورپ کی اکنامک کمیونٹی کے ساتھ مالی امور میں جو تنازعہ پیدا ہوتا ہے، وہ زیادہ تر اسی لئے ہوتا ہے کہ ”جائز“ کیا ہے اور کیا نہیں، اس بارے میں دونوں فریقوں کے سوچنے کا انداز بنیادی طور پر مختلف ہے۔ جاپان کے قدیم زراعتی کلچر میں، جب کہ دھان کی کاشت اس کلچر کی اساس تھی، اپنے قریبی کاشت کار کے ماہرانہ طریقوں کی پیروی کو نہ صرف یہ کہ غیر اخلاقی نہیں سمجھا جاتا تھا، بلکہ یہ تو ایک اچھے کسان کی خوبی شمار ہوئی تھی۔

مسلحہ محنت کے ساتھ باوردی یا مستقل مزاجی، کاشتکاری کلچر کی پانچویں میراث ہے جو جاپانیوں کے حصے میں آئی ہے۔ جفاکشی جاپانیوں کے یہاں پہلے سے موجود تھی، جب چین میں کنفیوشس کے فلسفے نے زور باندھا اور اس کے اثرات جاپان میں آئے تو اس سے جاپانیوں کے طریق کار میں مستقل مزاجی کو اور بھی تقویت ملی۔ بارانی خطوں میں جہاں پانی بافراط ہوتا ہے مثلاً ہندوستان کے صوبہ آسام میں کسان ابتدائی طریقے کا بیج کاشت کرتے ہیں۔ اس کے مقابلے میں ادھر کئی صدیوں کے اندر جاپان میں دھان کی پیداوار جدید ترین طریقوں سے روشناس ہوئی ہے۔ کسانوں نے رفتہ رفتہ اپنے کھیتوں کی حالت

بہتر بنائی ہے اور ان کی اسی طرح دیکھ بھال کرتے ہیں، جیسے ایک ماہر کار گیر اپنے قیمتی فنی نمونے پر محنت کرتا ہے۔ کاشت کاروں کے کنبے خالی موسم میں بھی سخت محنت کرتے تھے، مثلاً دھان کے ڈنھل سے تھیلے بنتے تھے اور انہیں بٹ کر رسی بناتے تھے۔ یہی جفاکش اور ماہرانہ صنایع آج مشین سازی کی صنعت میں جاپانیوں کی مہارت کی بنیاد ہے۔ اب بد قسمتی یہ ہوئی کہ مشینی ترقی نے دوسری عالمی جنگ کے بعد جاپانیوں کو بڑی حد تک جسمانی مشقت کی عادت سے محروم کر دیا۔

جاپانی کاشتکاری کلچر کی چھٹی خصوصیت، قیادت کا انداز ہے۔ کھیت کا کام اگرچہ اجتماعی طور پر مل جل کر کیا جاتا تھا، لیکن اس کے لئے کسی طاقت ور کرشمہ ساز قیادت کی ضرورت نہیں تھی، وہی مٹی ہوتی تھی اور وہی ایک سے کام کے طریقے، جنہیں سال کے سال دہرایا جاتا تھا۔ یہ سارا کام گاؤں کے لوگوں کی باہمی مفاہمت اور اتفاق رائے سے کسی فرد کی قیادت کے بغیر سرانجام دیا جاتا تھا۔ جب دھان کی فصل کی کٹائی ہو جاتی اور چاول گوداموں میں پہنچ جاتا تو معبد کے اندر اس فصل کا تہوار منایا جاتا۔ آج بھی جب کہ زراعت پوری طرح مشینی ہو گئی ہے، موسمی تہوار ہر گاؤں میں منایا جاتا ہے۔ اس موقع پر کسانوں کی جمعیت آسمانوں، زمینوں اور ندیوں کے دیوتاؤں کو اپنا شکرانہ پیش کرتی ہے۔ اکثر یوں بھی ہوتا ہے کہ کسی بزرگ کو جو لوگوں میں خاصہ مقبول ہو، اور جس نے کئی سال تک گاؤں کے تہواروں اور میلوں ٹھیلوں میں بڑی محنت سے کام کیا ہو، اس موقع پر بھی سارے تہوار کا سربراہ بنا دیا جاتا ہے، اور اس طرح اس کی پذیرائی کی جاتی ہے۔ وہی اس تہوار میں سب کے درمیان رابطے کا کام کرتا ہے۔ جاپانیوں کے درمیان گروپ کی قیادت اور فیصلے میں اجتماعیت کا ایک پہلو یہ بھی ہے۔

علیحدگی اور سماجی درجات

جغرافیائی علیحدگی کے نتائج بہت دور رس نکلے۔ فوجی یلغار، علاقوں پر قبضے اور لوٹ مار کی ہوس، جو یورپ و ایشیا کے براعظم میں ایک زبردست طاقت بن کر ابھری تھی، جاپان کے جزائر تک پہنچنے سے پہلے کوریا کے میدانی علاقوں میں ہی روک لی جاتی تھی۔ تقریباً ہمیشہ ایسا ہی ہوتا رہا، چنانچہ تاریخ کے آغاز سے اب تک کبھی ایسا نہیں ہوا کہ

یہاں کے باشندوں کی اکثریت کو اپنا آبادی ٹھکانہ چھوڑ کر بھاگنا پڑا ہو یا محکومی قبول کرنی پڑی ہو۔ معاشرے میں طبقات اور ذاتیں تو اس وقت بنتی ہیں، جب معاشرہ فاقین اور مفتوحین پر مشتمل ہو چنانچہ جاپان میں مغرب کی اصطلاح میں طبقات پیدا نہ ہو سکے۔ وہاں سماجی درجات تھے مثلاً امراء، سمرائی اور کسان، لیکن ان کے درمیان بہت زیادہ تفریق کبھی نہیں ہوئی جیسے کہ ایک مطلق العنان ظالم بادشاہ اور ایک ادنیٰ غلام میں ہوتی تھی، اور ان کے درمیان مراتب کی دیواریں بھی نہیں ہوتی تھیں۔ جب دوسمرائی گروپ آپس میں لڑتے تھے تو بیشتر صورتوں میں صرف شکست خوردہ فریق کے لیڈروں کو رسم کے مطابق خود کشی کرنی ہوتی تھی۔ جاپان کے معاشرے میں جہاں یگانگت اور ہم آہنگی پائی جاتی تھی اس طرح کی سختیوں اور تکلیف دہ ضابطوں کی ضرورت ہی نہیں تھی، جو ایسے معاشروں میں دیکھی گئی ہے جن میں نسلی اور طبقاتی منافرت پھیلی ہوتی ہے چنانچہ دو فریقوں کے باہمی تصادم کے بعد یہی ہوتا تھا کہ سردار شکست کی صورت میں خودکشی کر لیتا اور باقی لوگ فتح مند فریق کے جتھے میں شامل کر لئے جاتے تھے۔ جاپان میں جب پریشان کن حالات پیدا ہوئے تو کسانوں نے بغاوتیں بھی کیں، لیکن زرعی آبادی میں ہونے والی بغاوتوں پر جب تحقیق کی گئی تو معلوم ہوا کہ جاپان کے مقابلے میں مغربی ممالک کے کسان زیادہ اذیت ناک حالات کا شکار ہوئے تھے۔

ہمارے یہاں صرف مذہب کے نام پر ہونے والی خونیں جنگوں میں شکست خوردہ لوگوں کی کثیر تعداد تہہ تیغ کر دی جاتی تھی، اس وقت ایک لیڈر اور اس کے جرنیلوں کے قتل کو ہی کافی نہیں سمجھا جاتا تھا۔ عام سپاہیوں کی ایک بڑی تعداد کو بھی ہلاک کر دیا جاتا تھا۔ بدھ مت کا ایک فرقہ جوڈوشین (Jodo Shin) تھا۔ اس کے ماننے والوں نے 1579ء میں بغاوت کر دی۔ اوڈانو بوناگا (Oda Nobanaga) (1552ء-1534ء) جو ایک ممتاز فوجی کمانڈر تھا اور جس نے بہت سی کامیاب جنگیں لڑنے کے بعد مرکزی جاپان کو متحد کر دیا تھا، باغی فرقے کی بغاوت کو پکڑ لیا۔ اوڈا ایک سخت گیر اور آتشیں مزاج انسان تھا۔ اس نے تمام باغیوں کو تہ تیغ کروا دیا۔ شیمابارا (Shimabara) کی بغاوت (38ء-1637ء) ان کسانوں کی بغاوت تھی، جو عیسائی ہو گئے تھے اور ٹوگواوا (Tokugawa) نے عیسائیت کو ممنوع قرار دے دیا تھا۔ ناگاساکی کے میدانی علاقے شیمابارا میں واقع بارا

کا قلعہ جب کھول دیا گیا، محاصرہ ٹوٹا اور فاتح فوج اندر داخل ہوئی تو ہر محصور باغی کو ہلاک کر دیا گیا۔ ان میں عورتیں اور بچے بھی شامل تھے کہا جاتا ہے کہ اس قتل عام میں 37 ہزار افراد مارے گئے تھے۔

مذہبی جنون کے ہاتھوں مسیحی آبادی والے ملکوں میں اور اسلامی ملکوں میں بھی بہت خوں ریزی ہوئی، لیکن جاپانیوں نے مذہب کے سوال پر ایک دوسرے کے خلاف بہت کم ہی تلوار اٹھائی۔ بدھ مت کے زیر اثر معاشروں میں خوں ریز جنگیں بہت کم ہوئیں کیونکہ عدم تشدد اور اہنسا کی تعلیمات فرقہ وارانہ عصبیت اور عدم رواداری کو کم کر دیتی ہیں۔

جاپان میں 1868ء کے موسم بہار کا زمانہ تھا، جب یہ اندیشہ پیدا ہوا کہ یہ ملک خانہ جنگی کی لپیٹ میں آجائے گا۔ ہوا یہ کہ ٹوکوگاوا کی فوجیں اور میجی بادشاہ کے وفادار فوجی یونٹ جوست سوما (Satsuma) اور چوشو (Choshu) کی ریاستوں سے آئے تھے، طاقت آزمائی کے لئے ایک دوسرے کے خلاف ڈٹ گئے۔ لیکن چند منتشر جھڑپوں کے بعد فریقین کے درمیان بات چیت شروع ہو گئی اور ایک سمجھوتہ طے پا گیا۔ ایک قومی بحران کا احساس دونوں طرف سے فوجیوں میں مشترک تھا۔ جب ملک کو باہر کی قوتوں سے خطرہ ہو، تو جاپانیوں کا آپس میں ہی لڑنا گویا دشمن کے ہاتھوں میں کھیلنا ہے۔ ٹوکوگاوا کے علاقائی اقتدار کا میجی کی بادشاہت میں منتقل ہو جانا، یہ ایک عبوری زمانہ تھا۔ لیکن یہ سارا قصہ اس خوش اسلوبی سے طے پا گیا جیسے گھریا قبیلے کے اندر کا تنازعہ ہو۔

جاپان کے اندر، باہر کے ملکوں کی معیشت جو نفوذ کر رہی ہے، جاپان کے باشندے اس کے بارے میں بھی اس طرح محسوس کر رہے ہیں بجائے اس کے کہ امریکہ یا یورپ کی بڑی بڑی کارپوریشنوں کو ملک کے اندر پھیلنے کی اجازت دی جاتی، جاپان کے صنعتی عہدیداروں نے اپنی جن صنعتوں میں خطرہ محسوس کیا، اس میں غیر ملکیوں کے ساتھ متحدہ محاذ بنالیا۔

مقابلہ، ایک گرم چشمے کے معاشرے میں

یوریشنن (یورپ و ایشیا) کے براعظم میں ایک سے دوسرے سرے تک خوں ریز جدوجہد ہوتی رہی، لیکن جاپانی ان سے بچے رہے، وہ اجتماعی زندگی میں بے خبری کا لطف

اٹھاتے رہے، جیسے دوستوں کی ایک ٹولی گرم پانی کے چشمے کے کنارے اپنی تھکن اتار رہی ہو۔ ابھی سو سال پہلے تک جاپانی زبان میں ”تجارتی مقابلہ“ کے لئے کوئی لفظ نہیں تھا۔ فوکوزاوا یوکچی (Fukuzawa Yukichi) (1835 to 1901) ایک مشہور مصنف اور ماہر تعلیم گزرے ہیں۔ انہوں نے دو چینی الفاظ کو ملا کر ایک لفظ بنایا جس کے معنی ہیں، مقابلہ۔ فوکوزاوا نے بتایا کہ مقابلہ کرنا مغربی انداز فکر کی نمائندگی کرتا ہے یعنی دوسرے کا گلا کاٹ کر خود آگے نکلنے کی کوشش۔ تو کیا جاپانی زبان میں اس لفظ کے آنے سے پہلے معاشی مقابلے کا کوئی تصور نہیں تھا؟ یقیناً تھا، لیکن اس طرح کا نہیں جیسے دنگل میں یا باکسنگ کے مقابلے میں ہوتا ہے۔

مغرب میں مقابلے کے کچھ اصول اور شرائط ہوتی ہیں۔ اس میں شریک، ہر فرد کے کچھ حقوق ہوتے ہیں۔ مخالف فریق کھلے میدان میں یعنی آزاد منڈی میں معقول طریقے سے ایک دوسرے کا مقابلہ کرتے ہیں۔ کون جیتا اور کون ہارا، اس کا تعین معروضی طریقے سے ہو جاتا ہے۔ ہارنے والا شریفانہ انداز سے پیچھے ہٹ جاتا ہے۔ یہ مقابلہ پرانے وقتوں میں ہونے والے ڈول کی یاد دلاتا ہے، جب یورپ میں دو شیر زن آمنے سامنے صف آرا ہوتے تھے، جس نے اپنے مخالف کو ایک ضرب لگا کر اس کا خون نکال دیا، وہی فاتح قرار پایا، دوسرے فریق نے چپ چاپ ہار مان لی اور رخصت ہو گیا۔

مغربی طرز کا کاروباری لین دین افراد کے خالصتاً نجی حقوق کی بنیاد پر ہوتا ہے۔ منڈی میں بیچنے والے اور خریدار دونوں ہی کوئی لگی لپٹی نہیں رکھتے۔ بیچنے والا زیادہ سے زیادہ منافع کمانے کے لئے تمام ممکن طریقے استعمال کرتا ہے۔ خریدار کڑی سودے بازی کرتا ہے تاکہ اسے کم سے کم قیمت دینی پڑے۔ ہم اسے اصول نمبر اکا نام دیں گے۔ اس کھینچا تانی میں کم سے کم اور زیادہ سے زیادہ کے درمیان مقابلہ ہوتا ہے اور جب سودا طے پاتا ہے تو جیتنے اور ہارنے والے سامنے نظر آتے ہیں۔ شکست خوردہ فریق اگر بعد میں اپنی حیثیت مستحکم کر لے تو وہ فاتح کو جوابی مقابلے کی دعوت دے سکتا ہے۔

جاپان میں بیچنے والے اور خریدنے والے دونوں ایک مختلف اصول کے تحت کام کرتے ہیں۔ وہ سودے بازی میں اس حکمت عملی سے کام لیتے ہیں کہ نہ کسی کی جیت ہوتی ہے اور نہ کسی کی ہار۔ دونوں فریق ایک دوسرے کے ارادوں کو سمجھ لیتے ہیں اور ایک ایسا درمیانی راستہ

نکالتے ہیں کہ دونوں ہی کو فائدہ پہنچے۔ میں اسے اصول نمبر ۲ کہوں گا۔ مغرب کے لوگ اس کو آپس کی ملی بھگت کہتے ہیں۔

جاپان کے تاجر اصول نمبر ۱ کو ظالمانہ کہتے ہیں، اور اصول نمبر ۲ کی پابندی کرتے ہیں تاکہ اپنی کاروباری برادری میں فساد پیدا نہ ہو۔ جاپان کے معاشی ماحول میں یہ دوسرا اصول موثر طور پر کام کر رہا ہے۔ البتہ باہر والوں کے لئے مثلاً امریکی حکومت اور امریکی کارپوریشنوں کے لئے اس کی حیثیت کچھ اور ہے۔ ان کی رائے میں یہ آزاد منڈی کے عوامل کا راستہ روک کر برادری کے اندر کاروبار چلانا ہے۔ جاپانیوں اور باہر والوں کے درمیان سوچ کا جو فرق ہے، اس کی بنا پر بیرونی تاجر سوچتے ہیں کہ جاپان کی حیثیت ایک بند منڈی کی ہے۔

جاپان کی زیادہ تر تجارت کارپوریٹ گروپوں کے تحت چلائی جاتی ہے اور ان کے مراکز بنک ہوتے ہیں۔ مثال کے طور پر صنعت کار ”اے ون“، تجارتی کمپنی ”اے ٹو“، اور ہوٹل ”اے تھری“، بنک ”اے“ کے روپ کی ملکیت ہیں۔ اب جاپانیوں کے نزدیک یہ بات بالکل منطقی ہے کہ ہوٹل ”اے تھری“، ”اے ون“، اور ”اے ٹو“ دونوں کو ڈسکاؤنٹ (کرائے میں رعایت) دے۔ بعض امریکی ماہرین اقتصادیات اس ڈسکاؤنٹ (کٹوتی) کو غیر منصفانہ کہتے ہیں کیونکہ مذکورہ دیوہیکل کارپوریٹ گروپ نے اپنے آپ کو اندر سے بند کر رکھا ہے۔ صنعت کار ”اے ون“، جو کچھ خریدے گا، صرف ”اے ٹو“ تجارتی کمپنی سے ہی خریدے گا۔ امریکیوں کے خیال میں یہ سلوک صریحاً امتیازی ہوگا۔ ان کے اقتصادی ماہرین یہ دلیل دیتے ہیں کہ ایک مساویانہ نظام میں، صنعت کار ”اے ون“، کارپوریٹ گروپ ”بی“ کی کسی کمپنی کو بھی اس بات کی اجازت دے دے گا کہ وہ علانیہ ان کے ساتھ کاروبار کرے اسی منطق کے تحت ٹیلیگراف اور ٹیلیفون کمپنی نے جب صرف اپنے گروپ کے صنعت کاروں سے ان کی مصنوعات خریدنے کا فیصلہ کیا تو اسے غیر منصفانہ کہا گیا۔ امریکہ نے باصرار کہا کہ این ٹی ٹی کو اصول نمبر ۱ کے تحت امریکی کمپنیوں کو بھی منصفانہ مقابلے کی اجازت دینی چاہئے (یعنی وہ بھی اپنے ٹنڈر داخل کریں) کمپنیاں آپس میں لڑنے کے تباہ ہو گئیں اور اس کے نتیجے میں امریکہ کی انڈسٹری مضبوط ہو گئی۔ انہیں اصرار ہے کہ اصول نمبر ۱ کا اطلاق ہر صورت میں کیا جائے۔

امریکی اس بات پر یقین رکھتے ہیں کہ جب تک کوئی منڈی نہ ہو، جیسا کہ اصول نمبر ۱ میں اس کی صراحت کی گئی ہے۔ صورت حال غیر منصفانہ رہے گی۔ اس نے ”سیٹی بجائے“ کے رویے کو بڑھا دیا ہے یعنی بالائے لوگوں نے جہاں غلط کام دیکھا فوراً انتباہ کا اعلان کر دیا، اور وہ بھی اس یقین کے تحت کہ کارپوریٹ اداروں کے غلط رویے کی نشاندہی سے کرپشن ختم کرنے اور سوسائٹی کو بہتر بنانے میں مدد ملے گی۔ یہ طرز عمل اخلاق کے مطابق ہے یا نہیں ہے لیکن یہ ضرور ہے کہ ان سے معاشرے کی اخلاقیات متعین ہوئی ہیں۔ چین، کوریا اور جاپان میں جہاں کنفیوشس کی تعلیمات کے اثرات موجود ہیں، یہ طرز عمل قابل سزا سمجھا جاتا ہے کہ کوئی فرد جس کے ساتھ اخلاقی طور پر پابند ہو، اس کی جواب دہی کرے خاص طور پر والدین کے سلسلے میں (خواہ والدین نے کوئی جرم ہی کیوں نہ کیا ہو)۔

ممکن ہے علیحدگی کے طویل زمانوں نے جاپان کے معاشرے کو مضبوط روحانی رشتوں پر مبنی ایک خاص قوم میں بدل دیا ہو۔ جاپانی بالعموم جس ادارے میں کام کرتے ہیں، اس کا ایک خیالی پیکر بنا لیتے ہیں یا اسے ایک خاندان سمجھنے لگتے ہیں اور اپنی ذات کو پوری طرح اس سے منسوب کرتے ہیں۔ جو بات کمپنی کے لئے اچھی ہے اور فائدہ مند ہے، وہی مناسب اور موزوں ہے۔ گروپ کے ساتھ وفاداری کا مضبوط رشتہ مجرد قسم کے شہری معاملات پر حاوی ہو جاتا ہے۔ بہت کم جاپانی چارلس ولسن کے اس مشہور مقولے سے اختلاف کریں گے کہ ”جو بات جنرل موٹرز کی بھلائی کی ہے، وہی ملک کی بھلائی کی ہے“ امریکہ میں بڑے بڑے کارپوریٹ اداروں کے مالک کسی کمپنی کا سارا اسٹاک خرید کر کمپنی کی ملکیت حاصل کر لیتے ہیں، جاپان میں کسی مخالفانہ مقصد سے اس طرح پورے کارپورا اسٹاک خریدنا غیر اخلاقی سمجھا جاتا ہے، کیونکہ یہ حصص کا انضمام، محض کاغذی کارروائی نہیں بلکہ یہ زندہ افراد کے دو جیتے جاگتے اداروں کا انضمام ہے، جس کے ساتھ بہت سے لوگوں کا مفاد وابستہ ہے۔ ایک امریکی کارپوریشن کے مالک اس کے شیئر ہولڈر یعنی حصص کے مالک ہوتے ہیں، جاپان کی کمپنی ایک برادری ہے، جس میں انتظامیہ اور ملازم سبھی شامل ہوتے ہیں۔ ایک دوسری فرم پر قبضہ کرنا ایسا ہی ہوا، جیسے کوئی بزور طاقت کسی گاؤں پر قبضہ کر لے۔ سوئیٹومو بینک، جاپان کے چند سب سے بڑے بینکوں میں شمار ہوتا ہے۔ ۱۹۷۰ء کے درمیانی عرصے میں جب اس نے قانونی ذرائع استعمال کرتے ہوئے اوسا کا

کے ایک مقامی بینک کو حاصل کرنے کی کوشش کی تو ڈیوڈ نے گولائٹھ کا یعنی مولے نے شہباز سے مقابلے کا فیصلہ کر لیا۔ اس سلسلے میں چھوٹے بینک کی انتظامیہ نے رائے عاملہ سے اپیل کی۔ انجام کار سوئیٹھو مو کو اپنا منصوبہ ترک کرنا پڑا اور بد نیتی کے رویے کی بدنامی الگ مول لینی پڑی۔

امریکہ میں دو کمپنیاں جب مشترکہ ریسرچ کر رہی ہوں تو اسے دونوں کی ملی بھگت سمجھا جائے گا کیونکہ اس سے تجارت میں ان کی طرف سے رکاوٹ ہوگی اور اسے مفید نہ کہا جائے گا کیونکہ اس کی بنا پر تیسری پارٹیوں کو نقصان پہنچے گا۔ جاپان میں بین الاقوامی تجارت و صنعت کی وزارت اگر مشترکہ ریسرچ اور ترقی کے منصوبے میں کچھ نجی کارپوریشنوں کو اشتراک عمل پر آمادہ کرتی ہے اور ان کو مدد دیتی ہے اور اس طرح ایک ثالث کا کردار ادا کرتی ہے تو اسے بالکل جائز اور برحق سمجھا جائے گا۔ جاپان جیسے ملک میں جہاں معاشرہ اجتماعیت کے اصول پر قائم ہے تعاون کے معنی ہم آہنگی ہوتے ہیں، جو بالکل جائز اور اصول نمبر ۲ کا ہی ایک پہلو ہے۔ جاپان کا مشترکہ کوششوں پر زور ڈالنا امریکی اور یورپی اداروں کے رویے سے بالکل مختلف ہے، جن کے یہاں سارا زور انفرادیت پر ہوتا ہے۔ مختلف رویوں میں جو اختلاف پایا جاتا ہے، علم البشریات کے ماہر اس کی بنیاد پر کوئی قدر متعین نہیں کرتے۔ گروپ بندی اور انفرادیت پسندی میں سے بہتر کون ہے؟ ثقافتی مطالعہ کرنے والے ماہر اس بات کو نظر انداز کر دیتے ہیں لیکن ہم ایک بات بلا خوف تردید کہہ سکتے ہیں کہ کاروباری لین دین میں امریکہ کا تجزیاتی طریقہ اور معاملات کو طے کرنے کا انداز اور جنوبی کوریا کا انداز بھی نہایت عاقلانہ ہے۔ جاپان کے طریقوں میں اس کا ایک تمام تر جذباتی پہلو بھی شامل ہے۔

کوریا کے ایک مبصر اوینگ لی ہیں، انہوں نے اپنی تصنیف ”تصویر چوں میں جاپان کی فنی مہارت“ میں ایک مشہور کہاوت بیان کرتے ہوئے یہ بتایا ہے کہ جاپان والوں کے سوچنے کا انداز کس قدر غیر منطقی ہوتا ہے اور کاروباری معاملات طے کرنے کا طریقہ نامناسب۔ جاپان کی تخلیقی ذہانت کے جو واقعات مشہور ہیں، یہ اس کا حصہ ہے اور یہ واقعہ ان کی کوجیکی (Kojiki) یعنی قدیم اکابر کی قدیم دستاویزات میں لکھا گیا ہے۔ قصہ کچھ اس طرح ہے کہ سورج کی دیوی اما تیراسو (Amaterasu) کے چھوٹے بھائی نے بہت سی

ساج دشمن حرکتیں کیں تو اماتیرا سو کو اس سے تکلیف ہوئی اور وہ برہم ہو کر جنت کے پہاڑی غار میں چھپ گئی۔ اماتیرا سو کا چھپنا تھا کہ دنیا گھپ اندھیرے میں ڈوب گئی۔ اور اندھیرے میں بہت سی غلط باتیں رونما ہوئیں۔ برادری کے لوگ اس سے بہت پریشان ہوئے اور ایک منصوبہ بنایا کہ اماتیرا سو کو غار کے اندر سے نکلنے کی ترغیب دی جائے تاکہ سورج پھر چمکنے لگے۔ اس کی ترکیب انہوں نے یہ نکالی کہ لوگوں کو غار کے دہانے پر کھڑا کیا، پھر آگ جلائی اور ایک رقاصہ ایم نوازی سے کہا کہ الاؤ کے سامنے رقص کرے۔ رقاصہ نے ناچ شروع کیا۔ اس میں نقلیں بھی شامل کیں، مجمع اس سے اتنا خوش ہوا کہ قہقہے لگا کر ہنسنے لگا۔ اماتیرا سو نے سوچا کہ غار کے باہر کا تماشا یقیناً دیکھنے کے لائق ہوگا، لہذا اس نے غار کا دروازہ پورے کا پورا کھول دیا اور اماتیرا سو کو کھینچ کر باہر نکالا۔ دنیا ایک بار پھر روشن ہو گئی۔ لی کہتا ہے کہ جاپانیوں کے طریقے اس طرح پیچیدہ ہوتے ہیں۔ اگر یہی معاملہ کوریا کے باشندوں کے ساتھ ہوتا تو برادری کے لوگ غار کے کنارے جمع ہو کر پہلے تو اماتیرا سو سے بحث کرتے اور بات اس طرح کی ہوتی ”سوسانو کا رویہ تو غلط تھا، لیکن محض اس بنا پر غار کے اندر چھپ کر بیٹھ جانے سے ہم سب کو تکلیف ہو رہی ہے۔ ہم سوسانو کو مجبور کریں گے کہ اپنا رویہ بدلے اور ہم تم سے بھی کہیں گے کہ غار سے باہر نکل آؤ“۔ لی کہتے ہیں، ضد پر آمادہ ایک دیوی کو راہ راست پر لانے کا یہ ہے منطقی طریقہ۔ لیکن جاپان والوں نے اماتیرا سو کو باہر نکالنے کے لئے ایک اور حکمت عملی سے کام لیا۔ اس کے بجائے کہ سب اکٹھا ہو کر بحث کرتے اور دلیلیں دیتے، انہوں نے چالاکی اور عیاری کا طریقہ استعمال کیا۔ لی نے اس حکایت سے یہ نتیجہ نکالا ہے کہ جاپانیوں کی عیاری نے کوریا والوں کو ہمیشہ حیران و ششدر رکھے رکھا ہے۔

کوریا میں جاپانیوں کے طرز عمل کا ریکارڈ دیکھا جائے تو لی کا یہ شکوہ غلط نہیں، اور بخوبی سمجھ میں آتا ہے۔ جاپانیوں کی حکمت عملی پر باہر والوں کو اکثر چالاکی اور فریب کاری کا گمان ہوتا ہے، تاہم ایسے طریقوں کو ہم چالاکی نہیں کہیں گے۔ یہ ان کی ذہانت اور پرکاری ہے۔ جاپان کے کاروباری معاشرے میں، باہمی لین دین اور مقابلے کے لئے کسی منطق یا نام نہاد صاف ستھرے طریقے استعمال کرنے کی ضرورت نہیں۔ مورا کی ترکیب سے دھوکا کھا کر اماتیرا سو پھیکے پن سے مسکراتی ہوئی آخر باہر آ گئی۔ سورج کی دیوی نے یہ محسوس کر لیا کہ محض ذاتی رنجش کی بنا پر گاؤں کی پوری برادری کو تکلیف میں مبتلا رکھنا اس سے ممکن نہیں

ہوگا۔ لہذا اس نے مورا کے پر فریب طریقے کو نظر انداز کر دیا۔ کوجیکی (قدیم دستاویزات) کو مرتب کرنے والوں نے جب یہ کہانی پر تحریروں میں شامل کی تو ایک سماجی تناظر میں ایسا کیا۔

پرہجوم مقابلے

ایک ہی جیسی اشیاء یا اداروں کا اکٹھا ہونا cluster یا اجتماع (گروہ) کہلاتا ہے اور جاپانیوں میں مقابلے کا طریقہ یہ ہے کہ اجتماعی ادارے آپس میں مقابلہ کرتے ہیں۔ شماریات کا اصول یہ ہے کہ مختلف عناصر کو الگ الگ گروپ میں بانٹ دیا جاتا ہے اور ہر گروپ میں ممکن حد تک ایک ہی جیسے عناصر شامل کئے جاتے ہیں، جب کہ گروہ (Cluster) بجائے خود مختلف عناصر کا مرکب ہوتا ہے۔ پورے سیٹ کا گروپوں میں تقسیم کیا جانا درجہ بندی کہلاتا ہے اور ہر گروپ میں الگ الگ طبقے ہوتے ہیں۔ ہر ایک گروپ کے اندر مختلف نوعیت کے عناصر یا ادارے شامل ہوتے ہیں، لیکن گروپوں کی اپنی ہم آہنگی ہوتی ہے۔ کل کو گروپوں میں تقسیم کرنا گروہ بندی (Clusterization) کہلاتا ہے اور ہر گروپ ایک گروہ بناتا ہے۔

دوسری عالمی جنگ کے خاتمے تک گروہوں کے درمیان مقابلہ، جاپان کی افواج کی خصوصیت تھی۔ زمین پر کارروائی کی خاطر شاہی بری فوج کو آگے آنا چاہئے تھا اور سمندر میں جنگ شاہی بحریہ کی ذمہ داری ہونی چاہئے تھی۔ قومی مقاصد کے حصول کے لئے دونوں کو ایک دوسرے سے تعاون کرنا چاہئے تھا۔ لیکن بری اور بحری افواج کے درمیان شدید قسم کی مسابقت نے فوجی کارروائی کو مسلسل ناکام بنائے رکھا۔ شاہی بری فوج اور بحریہ کی الگ الگ فضا تھیں۔ (امریکی بری فوج اور امریکی بحریہ کی بھی الگ الگ فضا تھیں، لیکن باہمی تعاون سے کام کرتی تھیں) بحریہ نے اپنا مشہور زیرو فائٹر (Zero Fighter) تیار کیا اور بری فوج نے ہیا بلس (Hayabusa Fighter) بنایا، جو کمتر درجے کا طیارہ تھا۔ بحریہ نے بری فوج کو اپنے زیرو فائٹر کی ٹیکنالوجی دینے سے انکار کر دیا۔ دونوں افواج کے الگ الگ فضائی دستوں نے نہ تو آپس میں ٹکنالوجی کا تبادلہ کیا اور نہ طیاروں کے پروازوں کو معیاری بنانے کی کوشش کی۔

شاہی افواج اور بحریہ کے لئے اکثر مشترکہ کارروائی کرنا غیر ممکن ہوتا تھا۔ سپان کے مقام پر جہاں امریکی افواج نے جاپان کے پورے گیرین کا عملاً صفایا کر دیا تھا۔ جب 1944ء میں جزیرے پر ان کا قبضہ ہوا تو جنگ کے آخری مرحلے تک جاپانیوں کی دو الگ الگ کمان کارروائی کر رہی تھیں۔ فوج کے ایک اسٹاف آفسر نے اپنی ڈائری میں لکھا ”امریکیوں کے ساتھ جنگ لڑنے سے پہلے ہمیں اپنی بحریہ کے افسروں سے جنگی سامان کی فراہمی ضائع ہو جاتی ہے۔ یہ صورت حال نہایت شرمناک ہے۔“

بحریہ کے اس عدم تعاون کے باعث بری فوج اپنی الگ بحری طاقت منظم کرنا چاہتی تھی۔ جرنیلوں نے ایک مال بردار آبدوز اور ایک طیارہ بردار جہاز میں بدل لیا تھا۔ بحری فوج پھر کیوں پیچھے رہتی۔ اس نے اپنے بری فوجی دستے بنانے شروع کر دیے۔ یہ ایک ”میرین کور“ تھی۔ شاہی بری فوج نے اپنی آبدوز بنانے میں بحریہ کے عملے سے کوئی مدد نہیں لی۔ جرنیلوں نے اگر مدد کے لئے کہا بھی ہوگا تو ایڈمرل صاحبان نے ٹکاسا جواب دے دیا ہوگا۔ جنگ کے آخری مرحلے میں بری فوج کو ایسے مسائل درپیش ہوئے جو ان کی فنی مہارت سے باہر تھے، چنانچہ انہوں نے اپنی انا کو بالائے طاق رکھا اور بحریہ سے مدد کی درخواست کر دی۔

بحرالکابل میں جنگ کے تمام عرصے میں بحریہ اپنی الگ فوجی کمان کے تحت کام کرتی رہی اور اس کے اپنے بری، بحری اور فضائی یونٹ جنگی کارروائی کرتے رہے۔ جاپان کی فوجی انتظامیہ میں دو بالکل مختلف گروہ قائم تھے۔ ان کی کبھی درجہ بندی نہیں کی گئی تھی اور انہیں کسی ایک منصوبے کے تابع اور ایک کمان کے ماتحت منظم نہیں کیا گیا تھا۔

جاپان میں تجارتی مقابلہ صنعتی گروپوں کے درمیان ہوتا ہے، جو اس طرح گروہ میں منظم ہوتے ہیں، جیسے کہ متسویشی گروپ ہے اور سومیتسو گروپ ہے۔ پھر گروہ میں مختلف النوع عناصر کسی ایک بڑے بنک کے تحت ہوتے ہیں..... جسے ایک عام تجارتی کمپنی، ایک فولاد ساز کارخانہ منسویشی بنک گروپ کی ملکیت ہو لیکن متسویشی کارپوریشن کا کوئی بڑا عہدیدار متسویشی اینڈ کمپنی میں کبھی نہیں جائے گا حالانکہ وہ خود بھی ایک تجارتی کمپنی ہے، لیکن ایک مختلف گروپ میں شامل ہے۔ جاپان میں بڑی بڑی یونیورسٹیوں کی حیثیت بھی اس طرح خود مکتفی گروہ کی ہے۔ نہایت بلند پایہ یونیورسٹیوں کے گریجویٹس کو بھی ان کی اپنی

یونیورسٹیوں کے سوا دوسری جامعات سے ملازمت کی پیش کش ہرگز نہیں ہوگی۔
 گروہوں کے اندر کی مسابقت یا دو کمپنیوں کی باہمی مسابقت جو ایک ہی گروہ میں
 شامل ہوں، امریکہ میں کاروباری مقابلے سے بالکل مختلف ہے۔ ہر گروہ ایک بڑے
 دیہات کی طرح ہوتا ہے، جس کی اپنی تنظیم ہوتی ہے، ہر گروہ اعلیٰ درجہ کا تربیت یافتہ عملہ رکھتا
 ہے اور اس معاملے میں خود کفیل ہوتا ہے۔ اگر کسی گروہ کو کسی خاص ہنرمند کارکن کی ضرورت
 ہوتی ہے، مثال کے طور پر اسے کمپیوٹر کے انجینئر کی ضرورت ہو تو وہ کسی دوسرے گروہ سے
 آدمی نہیں لے گا اور جس کے ساتھ رقابت شدید ہو، اس کا آدمی تو بالکل نہیں آئے گا جس
 طرح شاہی بری فوج اپنا الگ بحری بیڑہ بناتی ہے، اسی طرح ہر گروہ عام طور پر اپنی
 ضرورت کا عملہ تیار کرتا ہے۔ ایک یہ وجہ بھی ہے کہ جاپان کی کمپنیاں اپنے ملازموں میں ہر
 طرح کے ہنر جاننے والے کیوں پیدا کر رہی ہیں۔

جاپان کا معاشرہ ایک خود مکتفی گروہ (Cluster) کی طرح ہے۔ حالانکہ موجودہ
 زمانے میں عالمی معیشت جو بہت پیچیدہ ہو چکی ہے، بین الاقوامی سطح پر تقسیم کار کا مطالبہ کرتی
 ہے، لیکن جاپان صنعتی اہلیت اپنے ہی اندر تک محدود رکھتا ہے۔ ہر گروہ اپنے آپ کو خالصتاً
 خود مکتفی رکھنے کا خواہش مند ہے اور یہ اس کا نتیجہ ہے کہ یہاں غیر جاپانی عملے، غیر ملکی فیکٹری
 کے مزدور یا اعلیٰ عہدیدار کو ملازمت میں لینے سے انکار کر دیا جاتا ہے۔

جاپان کے معاشرے میں دوسرے ملکوں سے رقابت یا مسابقت کا زبردست
 احساس پایا جاتا ہے۔ ہم لوگ ایک جزیرے کے باشندے ہیں، ہم نے صدیوں تک تحفظ
 کے ماحول میں پر امن زندگی گزاری، ہم خاص طور پر باہر سے آنے والے خطرے کے
 بارے میں سوچ کر خوفزدہ رہتے ہیں۔ ہمارے لئے کوئی اور جائے امان نہیں، جہاں بھاگ
 کر پناہ لے لیں۔ لہذا ہمارے لئے لازم ہے کہ ڈٹ کر کھڑے ہو جائیں اور مقابلہ
 کریں۔ ایسے کئی مواقع آئے جب جاپانیوں نے غیر معمولی قومی اتحاد کے ساتھ باہر کے
 حملہ آوروں کا ڈٹ کر مقابلہ کیا ہے۔ ایسے اکا دکا بحرانی دور سے قطع نظر ان جزائر میں ہمیشہ
 امن رہا اور علوم و فنون ترقی کرتے رہے۔ دسویں اور گیارہویں صدیوں کے دوران میں
 جب کہ ہیان (Heian) کا دوران حکومت تھا اور اٹھارہویں صدی عیسویں کے زمانے
 ہمارے ثقافت کے زریں ادوار کہلاتے ہیں۔

خاص یگانگت کا کلچر

جغرافیائی علیحدگی، اس کے ساتھ ایک ہی جیسی آبادی، جو واضح طور پر الگ الگ جتھوں میں رہتی آئی تھی اور جن میں اتحاد کا زبردست جذبہ موجود تھا۔ ان سب اسباب نے مل کر دیانت و صداقت پر مبنی ایک خاص کلچر تشکیل دیا۔ ہمارے کلچر نے اپنی ابتدائی شناخت برقرار رکھی حالانکہ یہاں مختلف نسلوں کا ملاپ غیر معمولی پیمانے پر ہوتا آیا ہے۔ اس کا نتیجہ ایک ایسے کلچر کی صورت میں نکلا جس میں بڑا تنوع تھا اور جس میں اتنی توانائی تھی کہ غیر ملکی عناصر کو قبول کر لے لیکن ساتھ ہی اپنے منفرد مقامی عناصر کو بھی برقرار رکھے۔ جاپانی، اب بھی دوسری زبانوں کے الفاظ کو بڑی گرجوشی سے اپنی زبان میں شامل کر لیتے ہیں۔ ہمارے یہاں فرانس والوں کا سا رویہ نہیں ہے کہ لسانی طہارت کے نام پر باہر سے آئے ہوئے الفاظ کو اپنی زبان سے خارج کر دیں۔ جاپانیوں کا خیال ہے کہ دوسری زبانوں کے الفاظ اخذ کرنے سے اپنی زبان دولت مند ہوتی ہے۔ فرانس اور کوریا کے باشندے ڈرتے ہیں کہ اس طرح اپنی مادری زبان میں دوغلا پن آ جاتا ہے۔ اس کے ساتھ ہی، اگرچہ جاپانیوں نے غیر ملکی اثرات مدتوں قبول کئے۔ لیکن انہوں نے اپنے اصل کلچر کی بڑی سختی کے ساتھ مدافعت کی ہے۔ علم نباتات کی اصطلاح میں اسے یوں کہہ سکتے ہیں کہ جاپانی کلچر اس انوکھے پودے کی طرح ہے، جو مختلف نسل کے پودے کے ساتھ پیوند کاری کے نتیجے میں پیدا ہوا ہے لیکن اس کا اصل کردار ہمیشہ برقرار رہا۔ خاص یگانگت سے میری مراد یہی ہے۔

جاپان نے چین کے تحریری نظام سے لے کر پارلیمانی جمہوریت تک اور اسمبلیوں کی تشکیل تک بہت کچھ حاصل کیا ہے اور اپنے اندر جذب کیا ہے۔ غیر ملکی کلچر کو اپنے اندر جذب کرنے کی یہ بے پناہ خواہش اس کے خمیر میں شامل ہے جو دوسرے علاقوں کے کلچر کو اپنے وجود میں سمو لیتی ہے۔ جاپان نے ترقی یافتہ ثقافتوں کے بعض ایسے پہلوؤں کو بھی اپنے اندر قبول کر لیا ہے، جو ملک کے مروجہ کلچر سے متضاد تھے۔ یہ چھٹی صدی کے وسط کی بات ہے، جب بدھ مت کے تصورات کو ریا کے توسط سے جاپان پہنچے اور اس کے ساتھ ہی شاہی دربار میں اس سوال پر بحث شروع ہو گئی کہ کیا جاپانیوں کو گوتم بدھ کی پرستش کرنی چاہئے۔ مونونوبی خاندان نے یہ دلیل دی کہ اگر ایک غیر ملکی دیوتا کی پرستش کی گئی تو ہماری

قدیمی دیویاں روٹھ جائیں گی۔ سوگا خاندان نے جوابی دلیل یہ دی کہ مغرب کی طرف ساری قومیں اس دیوتا کو پوجا کرتی ہیں۔ محض جاپان کے لوگ گوتم بدھ کو رد کر دیں، یہ بات تو عقل سلیم کے بھی خلاف ہوگی۔ بالاخر سوگا نوار دکا کی بات مان لی گئی۔ باہر کے کچھ کو قبول کرنے کے سلسلے میں وہ روادار اور وسیع المشرَب تھا۔ لیکن جاپانیوں نے رفتہ رفتہ بدھ مت پر اپنی چھاپ لگا دی کیونکہ وہ یہاں کے قدیمی عقیدہ سورائی (Sorei) کے مطابق فطری مظاہر کی بھی عبادت کرنے لگے تھے۔ زمانہ وسطیٰ میں یہ دستور بن گیا کہ ہر شفق مندر میں مقامی بدھ کی عبادت ہونے لگی۔ یہ وہ بدھ دیوتا تھے جو نئے سرے سے جاپانی دیوتا کے روپ میں پیدا ہوئے تھے (یا جاپانی دیوتا نے بدھ کے روپ میں جنم لیا تھا)۔ بدھ مت کی مورتیوں کو مقامی کامی (Kami) عقائد میں شامل کر لیا گیا تھا۔

کیٹھولک مشنریوں نے سولہویں صدی عیسوی میں جاپانیوں کو مسیحیت سے متعارف کرایا۔ انہوں نے سوچا تھا کہ جاپانی اس عقیدے کو جلد قبول کر لیں گے، لیکن بدھ مت پر یہاں جو گزری تھی، اس کا ان مشنریوں کو علم تھا، ایک ہسپانوی مشنری نے یہ کہا تھا کہ مسیحیت اس ملک کے طول و عرض میں پھیلنے سے پہلے کسی اور قالب میں ڈھل چکی ہوگی۔ پادریوں کو یہ ڈر لاحق ہو گیا کہ گوتم بدھ کی طرح یہاں حضرت عیسیٰ کا بت بنا دیا جائے گا اور مقامی دیوتاؤں کی طرح ان کی پوجا بھی شروع ہو جائے گی۔ مشنریوں نے دوسرے ملکوں میں تو مقامی دیوتاؤں اور ان کے بتوں کو بے دخل کر کے مسیحیت کو مستحکم کر دیا تھا لیکن جب مقام عقائد مثلاً اسلام سے، جو بہت مضبوط تھا، سابقہ پڑا تو پادری ناکام ہو گئے۔ لیکن جاپان میں تو اس بات کا خطرہ تھا کہ کرچین خدا یہاں ایک قیدی بن جائے گا، روحوں اور دیوتاؤں کی مقامی سرزمین میں، ان کا شمار بھی انہی جیسے دیوتاؤں میں ہونے لگے گا۔ اجتماعیت پر مبنی جاپان کے مخصوص معاشرے میں ایک بار گوتم بدھ یا مسیحی خدا یا یونانیوں کا بت کدہ بھی اگر قبولیت کی سند پالے اور دوسرے دیوتاؤں میں اس کا شمار ہونے لگے تو اسے برابر کی حیثیت دی جاتی ہے۔ خوش بختی کے ساتھ دیوتاؤں کو جاپان میں دسویں صدی میں احترام کے درجے پر فائز کیا گیا تھا۔ ان سات دیوتاؤں میں ایبیسو (Ebisu) شامل تھا جو مقامی ”کامی“ (Kami) تھا۔ اس طرح جو روجن (Jurojin) ہے، درازی عمر کا دیوتا ہے۔ چین سے آیا ہوا تاؤ دیوتا (Tao) اور ہندو دیوتا بشامن۔ ہمارا رویہ اس سلسلے

میں یہ ہے کہ اگر وہ خوش بختی اور شادمانی اپنے ساتھ لاتے ہیں تو انہیں قبول کرنے میں یہ رکاوٹ نہیں ہونی چاہئے کہ وہ باہر کے ہیں۔ جاپانی لوگ روحانی طور پر سب کچھ قبول کر لیتے ہیں۔

خوراک کے سلسلے میں بھی ہمارا ذوق کیتھولک ہے۔ ٹی وی پر کھانے پکانے کے جو پروگرام نشر ہوتے ہیں ان میں یہاں کے لوگ باہر کے کھانوں سے بڑی دلچسپی ظاہر کرتے ہیں۔ عام گھرانے مغرب کی ڈشیں اس کے ساتھ ہی چین اور کوریا کے کھانے ہفتے بھر میں کئی بار کھاتے ہیں۔ حالانکہ امریکی باشندے چینی ریسٹوراں یا جاپان کے سوشی بار میں شوق سے کھانا کھالیں گے لیکن مشرقی ممالک کے کھانے وہ اپنے گھر میں شاید ہی کبھی تیار کریں گے۔ میرے چینی اور کوریائی دوست کہتے ہیں کہ وہ ریسٹوراں میں مغربی طرز کی چائیں یا جاپان کے نمپورا کھاتے ہیں، لیکن گھر میں وہ صرف دیسی طرز کے کھانے پکاتے ہیں۔ جاپان میں باورچی باہر کے مزیدار کھانوں کو بتدریج اپنا مقامی عقائد کے ساتھ ملا دیا ہے۔ جاپان کا ایک خاص کھانا ٹونکاتسو (Tonkatsu) ہے۔ جو سور کے گوشت سے تیار کیا جاتا ہے اور مغربی طرز کے مقابلے میں یہاں کا اپنا نمونہ ہے۔ اس طرح ریمین (Ramen) ہے، جو ایک طرح کی چینی نوڈل ہے۔ جاپانی اپنے طرز زندگی میں مغرب زدہ نہیں ہوئے، نہ ان پر بین الاقوامیت کا رنگ چڑھ سکا۔ البتہ انہوں نے باہر کی چیزوں کو جاپان کے رنگ میں رنگ دیا ہے اور اسے اپنے گھر میں یا معدوں میں خوش دلی سے جگہ دی ہے۔ خیالات و افکار، کاروبار اور نظم و نسق، ان سب شعبوں پر یہ بات صادق آتی ہے۔ باہر کے عناصر جب ہماری کاروباری زندگی میں داخل ہوتے ہیں تو ان میں تبدیلی آنے لگتی ہے۔

جاپانی طرز کی انتظامیہ کی بنیادیں

ہم اس سے پہلے کے اوراق میں پڑھ چکے ہیں کہ جاپان کے باشندے یورپی، ایشیائی براعظموں سے الگ تھلگ، چھوٹے چھوٹے گاؤں میں رہتے تھے۔ گروہ بندی جو جاپانیوں میں اس وقت نظر آتی ہے، موراس کا پرانا نمونہ تھا اس سے مراد گاؤں کی تنظیم اور اجتماعیت ہے، جس میں تمام ارکان جو تقریباً ایک جیسی حیثیت کے مالک ہوتے، برادری کا

سارا کام سال بسال ایک دیرینہ معمول کے مطابق بڑی مشقت سے انجام دیتے تھے۔
براعظم کے اثرات جزائر جاپان میں اس طرح داخل ہوئے جیسے رگوں میں لگایا
جانے والا انجکشن۔ محلول آہستہ آہستہ قطرہ قطرہ رگوں میں داخل ہو کر سارے بدن میں پھیل
جاتا ہے۔ جاپان کے معاشرے نے کئی صدیوں تک باہر کے اثرات اپنے اندر جذب
کئے۔ یہ ایک توانا کلچر ہے، اس نے باہر کی چیزوں کو موڑ کر انہیں نئی شکل دے دی اور اس
سارے عمل میں اپنا جداگانہ تشخص باقی رکھا۔

جاپان کے مکانونوں میں زمانہ قدیم سے بانس کا بنا ہوا ایک پردہ دروازے پر
لٹکانے کا رواج چلا آ رہا ہے۔ یہ چلن ہے، جس کے پیچھے بیٹھا ہوا شخص باہر والوں کی نظروں
سے چھپا ہوا رہتا ہے، لیکن خود دیکھ سکتا ہے کہ باہر کیا ہو رہا ہے۔ ٹھیک اسی طرح ہمارے
اجداد ایک حفاظتی پردے کے پیچھے، الگ تھلگ بیٹھے، باہر کی دنیا میں ہونے والی تبدیلیوں کو
دیکھتے رہتے تھے اور باہر کی تہذیبوں کو یا تو قبول کر لیتے یا ان کی نقل اتار لیتے۔ یہ یک طرفہ
عمل ہوتا تھا۔ باہر کا کلچر تو جاپان میں آیا، لیکن یہاں سے باہر کچھ نہیں کیا۔ جاپان دنیا والوں
کے لئے پراسرار بنا رہا، یہاں تک کہ مارکوپولو اس کا نام طے نہ کر سکا۔ کبھی اس نے زیپاگو
کہا، کبھی زیپانگی یا کچھ اور۔

جاپان، غیر ملکی قانونی اور سیاسی ادارے اپنے یہاں لے آیا۔ ساتویں صدی میں
یہاں کی شاہی حکومت نے چین کا قانونی اور انتظامی ڈھانچہ اختیار کر لیا۔ انیسویں صدی
کے آخری برسوں میں میجی (Meiji) حکومت نے وہی عمل دہرایا اور یورپ کے پارلیمانی
ادارے اپنے یہاں بھی قائم کئے۔ باہر سے چیزوں کو اپنے یہاں لانے میں جاپانیوں نے
انتخاب کا معیار بہت سخت رکھا۔ غیر ملکی اداروں کو قبول کیا تو ان میں اپنی ضرورت کے مطابق
ترمیم بھی کی۔ جاپانی وہ واحد غیر مغربی قوم ہیں، جن کا ایک جمہوری پارلیمانی نظام ہے۔

دوسری عالمی جنگ کے خاتمے پر جاپان کے بڑے کاروباریوں نے پر اشتیاق
نظروں سے امریکہ کی طرف دیکھا تا کہ ان کی مثال سے حوصلہ ملے۔ امریکہ سے انہوں نے
جو کچھ حاصل کیا، اس کی فہرست بہت لمبی ہے۔ ان میں سے چند یہ ہیں: کمپنی کو ڈویژن یا
شعبے میں تقسیم کرنا، جس میں ہر شعبے کے مصنوعات بنانے والے الگ الگ کام کرتے ہیں۔
تنظیم کا ڈھانچہ اس طرح بنانا کہ اس کے تمام شعبے ایک دوسرے سے مربوط ہوں۔ اپنی

مصنوعات کو سمندر پار پھیلانے کے لئے حکمت عملی تیار کرنا، پیداواری منصوبہ بندی کے طریقے، صنعتی مال کے معیار کی نگرانی، مارکیٹنگ کی ترکیبیں اور حال ہی میں خطرات کو سامنے رکھ کر سرمایہ کاری کا تصور۔ جاپان نے امریکہ میں صنعت و تجارت کے انداز دیکھے، ان کے نمونوں کی نقل کی اور پھر بڑے پیمانے پر انہیں پھیلا دیا۔

لیکن غیر مماثلت سے درآئندہ اگر ان نمونوں کو غور سے دیکھا جائے، جن میں سیاسی پارٹی کا نظام اور یہاں سے لے کر سرمایہ کاروں کا وہ طریقہ جس میں مصنوعات کے ذخیروں کو روک کر زیادہ منافع کے لئے فروخت کرتے ہیں، ان سب سے ظاہر ہے کہ جاپانیوں کے وضع کئے ہوئے نمونے محض دکھاوے کے ہیں یعنی انہوں نے بظاہر تو باہر کی نقل کی، لیکن در پردہ اپنے نمونوں کو رواج دیا۔ ایک مثال مغرب کی لیبر یونینوں کی ہے چنانچہ جاپان میں یونین سازی مخصوص پیشے یا الگ الگ صنعتی شعبوں کی بنیاد پر نہیں ہوئی بلکہ ایک پورے صنعتی ادارے کی بنیاد پر ہوئی حالانکہ جاپانیوں نے امریکہ کی انتظامی حکمت عملی اور فیصلہ کرنے کے طریقوں کو بغور دیکھا اور ان کی اصطلاحات اپنے یہاں بھی رائج کیں، لیکن امریکہ کے انداز کو اپنے یہاں اصل صورت میں کہاں تک قبول کیا گیا، یہ ایک الگ مسئلہ ہے۔ دراصل ظاہری ہیئت تو لے لی گئی، لیکن اس کے متن کو بدل دیا گیا۔ اسے یوں کہنا چاہئے کہ امریکہ کے مسلمہ اور معیاری نمونوں کو اپنے یہاں کے حقائق کی روشنی میں ہوشیاری کے ساتھ تبدیل کیا گیا، اسے مناسب ترمیم کے بعد قبول کیا گیا۔ اس کی بہترین مثال امریکہ سے لائے ہوئے کوالٹی کنٹرول کے طریقے ہیں یعنی صنعتی اشیاء کے معیار پر نظر رکھنا اور اسے کنٹرول کرنا۔ جاپان میں ابتدا میں کارخانے کے اندر کوالٹی کنٹرول کو اس طرح متعارف کرایا گیا کہ وہ کارکنوں کے چھوٹے چھوٹے گروپوں میں ان کی سرگرمیوں کا حصہ بن گیا۔ اس کے بعد کوالٹی کنٹرول میں توسیع کی گئی جس نے ایک تحریک کی شکل اختیار کر لی۔ آخر کوالٹی کنٹرول کا طریقہ مصنوعات کی تیاری کا ایک بنیادی جز بن گیا اور معیشت کے تمام شعبوں میں رائج ہو گیا۔ امریکہ میں مارکیٹنگ کے جو طریقے رائج ہیں، جاپان نے انہیں بھی بڑی گرجوشی سے قبول کیا۔ 1950ء کے ابتدائی زمانے میں امریکی ماہروں کو جاپان میں مارکیٹنگ کے موضوع پر لیکچر دینے کے لئے بلایا گیا، یا ان کی خدمات مشیر کے طور پر حاصل کی گئیں۔ اس وقت تک جاپان میں مارکیٹنگ کے لئے کوئی لفظ سرے سے موجود ہی

نہیں تھا۔ اس موضوع پر ایک ہی سبق سیکھنے سے معیشت کی ترقی میں تیزی آگئی۔ وہ سبق یہ تھا کہ مارکیٹ کو اس کی طلب کے مطابق تقسیم کر دو اور ہر مارکیٹ کے لئے اس کی ضرورت کا مال تیار کرو۔ موٹر گاڑیاں جو برآمد کے لئے تیار کی جاتی ہیں، ان کے بھی مختلف نمونے ہوتے ہیں، کس ملک میں کون سا نمونہ چلتا ہے۔ گاڑیاں اسی حساب سے برآمد کی جاتی ہیں۔ گاڑیاں لیفٹ ہینڈ ڈرائیو یا رائٹ ہینڈ ڈرائیو دونوں طرح کی بنائی جاتی ہیں جس منڈی کو جو نمونہ قبول ہو، اس طرح ان کے پینٹ اور موسمی اثرات سے بچانے کے طریقے اختیار کئے جاتے ہیں، جو مختلف ہوتے ہیں۔ کہیں ریت کے طوفان آتے ہیں۔ کہیں نمکین پانی سے گاڑیوں میں زنگ لگ جاتا ہے۔ گاڑیوں کے پینٹ میں ان موسمی اثرات کا خیال رکھا جاتا ہے۔ یہاں بھی ہم دیکھتے ہیں کہ باہر کے افکار و خیالات کو اپنے اندر جذب کرتے ہوئے ایک ثقافتی لگن، اندر کی ایک بھوک اپنا کام کرتی رہتی ہے یعنی جو کچھ باہر سے لو، اسے اپنے مطالبوں کے مطابق بدل دو۔

جاپان کی ثقافت اور اس کے تنظیمی طریق کار میں تبدیلی تمام تر ملک کی اندر کی توانائی سے پیدا نہیں ہوئی۔ اس میں دوسرے معاشروں کے ساتھ اشتراک کا سلسلہ جاری رہا، لیکن جاپان کی اصل خصوصیت، جسے ”جاپانیت“ کہنا چاہئے، برقرار رہی۔ اب یہ دیکھئے کہ آگے کیا ہوگا؟ کیا جاپان تمام سرگرمیوں میں اپنی انفرادیت باقی رکھتے ہوئے غیر ملکی خیالات کو اختیار کرنے کی خواہش پوری کرتا رہے گا یعنی کیا یہاں کے معاشرے میں دوسروں سے سیکھنے کی امنگ برقرار رہے گی؟ آج ہمیں دو مسائل کا سامنا ہے۔ ایک تو یہ کہ غیر ملکی تخلیقی سرگرمیوں کا سلسلہ رک گیا ہے۔ نئے افکار و خیالات جن کے اشتراک سے نئی تخلیقی سرگرمیوں کا سلسلہ رک گیا ہے۔ نئے افکار و خیالات جن کے اشتراک سے نئی تخلیقی سرگرمیاں جنم لیتیں، بظاہر غائب ہو چکے ہیں۔ دوسرا مسئلہ یہ کہ جاپان نے ماضی میں غیر ملکی خیالات اور غیر ملکی مصنوعات کو اپنے معاشرے میں قبول کیا اور ان سے استفادہ کیا، لیکن اپنے یہاں سے کوئی چیز باہر نہیں بھیجی۔ اب وقت آ گیا ہے کہ ہم اپنے کلچر کو دوسرے ملکوں میں لے جائیں۔ سوئے اتفاق سے یہی ایک پیداوار ہے، جسے برآمد کرنے کا ہمارے پاس کوئی تجربہ نہیں۔

مواصلات

عام لوگ سڑک کے کنارے بس کے انتظار میں یا کسی پبلک بلڈنگ کے سامنے قطار باندھ کر جس طرح کھڑے ہوتے ہیں، اس سے مکانیت یا جگہ کے بارے میں ان لوگوں کے رویے کا اندازہ ہوتا ہے۔ جاپان کے محفل پسند کلچر میں قطار بند لوگوں کے درمیان زیادہ جگہ نہیں چھوڑی جاتی۔ ایسا لگتا ہے کہ جیسے لوگ ایک دوسرے کے ساتھ جڑے ہوئے ہیں۔ مغربی ملکوں کے لوگ جن میں انفرادیت کا احساس بہت قوی ہوتا ہے، جب قطار میں کھڑے ہوں تو درمیان میں خالی جگہ چھوڑ دیتے ہیں۔ غالباً یہ بات ان کے لئے ناقابل برداشت ہوتی ہے کہ اجنبی لوگوں کے ساتھ اس طرح کھڑے ہوں کہ ایک کا رخسار دوسرے کی ٹھوڑی کے ساتھ جڑا ہوا ہو۔ اس کے برعکس جاپان میں لاکھوں افراد کے ساتھ جو بسوں میں سفر کرتے ہیں، یہ ہر روز کا معمول ہے۔ مغرب کے لوگ ناواقف لوگوں کے ساتھ براہ راست جسمانی تعلق کو ناپسند کرتے ہیں۔ البتہ جب تھوڑی سی واقفیت پیدا ہو جائے تو وہ مصافحہ بھی کرتے ہیں اور عورتیں اور مرد دونوں، اپنی اپنی صنف کے افراد کے ساتھ سرعام بغلیں بھی ہوتے ہیں۔ جاپان میں بہت قریبی شناسا لوگ بھی اپنی شناسائی کا اظہار ایک دوسرے کو چھو کر یا ہاتھ پکڑ کر نہیں کرتے۔

عام طور پر کہا جاسکتا ہے کہ مغرب کے افراد اپنے اطراف میں کشادگی برقرار رکھتے ہیں۔ گھروں میں بالعموم ہر فرد کا اپنا الگ کمرہ ہوتا ہے۔ جاپان میں پورے پورے کنبے چھوٹے چھوٹے کمروں میں ایک ساتھ رہتے ہیں۔ یہاں رہائشی اراضی بڑی مہنگی ہے اور مکانات چھوٹے، چنانچہ سب کا ایک ساتھ جڑ کر رہنا ایک حد تک ناگزیر ہو گیا ہے لیکن اصل بات یہ ہے کہ ہم ایک ساتھ مل جل کر رہنے کو ترجیح دیتے ہیں۔ زمانہ قدیم سے اب تک بڑے بڑے مکان تعمیر کرنے کا کوئی نمایاں رجحان ہمارے یہاں پیدا نہیں ہوا۔

یورپ اور امریکہ میں ابھی چند سال پہلے تک عام لوگوں کے لئے ٹیلیفون الگ

الگ بوتھ میں لگائے جاتے تھے۔ جاپان میں طریقہ اور ہے۔ یہاں ٹیلیفون پبلک کے استعمال کے لئے الگ الگ بوتھ میں نہیں لگائے جاتے بلکہ ریلوے اسٹیشنوں کے باہر اور ڈیپارٹمنٹ اسٹور کے دروازے سے متصل بہت سے ٹیلیفون کاؤنٹر پر ایک قطار میں لگا دیئے گئے ہیں۔ جاپانیوں کے یہاں ٹیلیفون اور غسل خانے دونوں عوامی دائرے میں آتے ہیں۔ یہاں دوسروں کے ساتھ شراکت میں کوئی حجاب نہیں۔ مغرب کے لوگ ان دونوں کے استعمال میں خلوت پسند کرتے ہیں۔ مغرب میں نجی کمپارٹمنٹ مقبول ہیں۔ جاپان میں ٹرین کے مسافر کبھی علاحدہ کمپارٹمنٹ کی خواہش نہیں کرتے۔

جاپان کی فرموں میں سفید کار (برتر حیثیت) کے ملازم کو دفتر میں بیٹھنے کی جتنی جگہ دی جاتی ہے، مغربی ملکوں میں اسی مرتبے کے ملازم کو اس سے دگنی جگہ دی جاتی ہے۔ اعلیٰ اختیارات کے دفاتر کی بات کچھ اور ہے، ورنہ عام طور پر سرکاری ایجنسیوں اور کمپنیوں میں ایک بڑے سے کمرے میں بہت سے ڈیسک ایک دوسرے کے آگے سامنے لگے ہوتے ہیں وہیں دفتری عملہ مختلف آوازوں کے درمیان اپنے کام میں مصروف رہتا ہے۔ مغربی ممالک کی کمپنیوں میں عملے کے جونیئر ارکان علاحدہ دفاتر میں بیٹھتے ہیں یا ایک کمرے میں دو دو بیٹھ کر کام کرتے ہیں۔

دفاتر میں جگہ کا استعمال اس ادارے کے کردار کے عین مطابق ہوتا ہے۔ مغربی ممالک کی کارپوریشنوں میں ہر ملازم اس کام کی انجام دہی کا ذمہ دار ہوتا ہے جو اسے افسر بالا سے تفویض ہوتا ہے۔ جب کام ختم ہو جاتا ہے تو ملازم اپنے گھر کی راہ لیتا ہے حالانکہ ممکن ہے اس کے ساتھ بیٹھ کر کام کرنے والا ابھی مصروف ہو۔ لیکن جاپان میں چونکہ سفید پوش، ملازم آپس میں ذمہ داریاں تقسیم کر لیتے ہیں اور ایک دوسرے کے ساتھ تعاون کرتے ہیں، اس لئے شاید ہی کبھی ایسا ہوتا ہو کہ اکیلا ملازم اوور ٹائم کرے۔ ایک طویل اور کشادہ جگہ میں سب کے ساتھ بیٹھ کر کام کرنے کی وجہ سے ملازموں کے اندر ایک دوسرے کی مدد کرنے کی تحریک ہوتی ہے۔

ہر کچھر میں یہ دیکھا گیا ہے کہ کچھ لوگ جب ایک دوسرے سے باتیں کرتے ہیں، مشورہ کرتے ہیں تو بیچ میں ایک خاص فاصلہ رکھتے ہیں۔ امریکیوں کی یہ خصوصیت ہے کہ گفتگو میں اپنے درمیان اور دوسرے فریق کے درمیان ۵۰ میٹر کا فاصلہ رکھتے ہیں۔ لاطینی

امریکہ کے لوگ ایک میٹر سے کم فاصلہ رکھ کر باتیں کرتے ہیں۔ شمالی امریکہ کا ایک باشندہ جب لاطینی امریکہ کے کسی شہری سے بات کرتا ہے تو اسے گھبراہٹ سی محسوس ہونے لگتی ہے کیونکہ دوسرے فریق گفتگو کے دوران بہت قریب آ جاتا ہے۔ جاپانی بھی ۵.۵ میٹر کا فاصلہ رکھنا پسند کرتے ہیں، پھر یہ بھی ہے کہ ہم لوگ باتیں کرنے میں ہاتھوں کو جنبش نہیں دیتے، اشارے وغیرہ نہیں کرتے۔ یہ ناشائستہ حرکت سمجھی جاتی ہے۔

مساوی مفادات پر مبنی گروہ بندی

جاپان کا معاشرہ اس طویل و عریض کمرے کی طرح ہے جسے تقسیم کرنے کے لئے پردے نہیں تانے گئے اور دیواریں نہیں کھڑی کی گئیں۔ گاؤں میں سبھی لوگ اطمینان سے رہتے ہیں اور ان کے درمیان کوئی پردہ نہیں ہوتا اس اعتبار سے جاپان کا معاشرہ ایک غیر طبقاتی معاشرہ ہے۔ کیا ایک ایسے معاشرے کی خواہش جس میں کوئی درجہ بندی نہ ہو انوکھی بات نہیں؟ جاپان کے ایک صنعت کار ادارے وائی کے (YKK) نے لیو پول (برطانیہ میں ایک بہت بڑی فیکٹری لگائی۔ فیکٹری میں ایک پیداواری عمل ایسا تھا جس میں شور بہت ہوتا تھا۔ برطانیہ میں ایسے مسئلہ کا ایک عام ساحل یہ ہے کہ جہاں یہ پر شور کام ہو رہا ہو، اس جگہ کو چاروں طرف سے بند رکھا جائے تاکہ شور سے دوسروں کو تکلیف نہ ہو اور اس کے ساتھ جو ملازم یہ کام کر رہے ہوں انہیں کچھ زائد معاوضہ دیا جائے لیکن جاپان کے مینجروں کو یہ بات غیر انسانی لگی کہ ایک ملازم کو سب سے الگ کر کے ایک کمرے میں رکھا جائے۔ اس کی بجائے انہیں یہ بات بہتر لگی کہ سب کارکن اس شور کو اور اس پیدا ہونے والی زحمت کو مل جل کر برداشت کریں چنانچہ انہوں نے ایک بڑے اور کشادہ کمرے کا نقشہ بنایا اور کام کی جگہ کو دیواروں سے تقسیم نہیں کیا گیا۔ اس انتظام سے برطانوی کارکنوں نے بھی اتفاق کیا۔

جاپان کے انتظامی اداروں کی ایک بڑی خصوصیت آپس کا مساوی سلوک ہے۔ مراد یہ کہ وہ ممکن حد تک تمام ارکان سے ایک سا سلوک کرتے ہیں۔ مغربی ممالک کی کمپنیوں میں مینجر صاحبان کے لئے کھانے کی سہولتیں الگ ہوتی ہیں، مزدوروں کے لئے الگ۔ جاپان میں انتہائی سینئر انتظامی عہدیداروں کو چھوڑ کر، باقی تمام ملازموں کے لئے کمپنی کے کیفے ٹیریا

میں ایک سا انتظام ہوتا ہے، کوئی تفریق نہیں کی جاتی۔ یورپ میں عہدے اور منصب کا امتیاز شدت سے کیا جاتا ہے لیکن جاپان کی کمپنیوں نے اپنے تمام ملازموں کے لئے کھانے کا انتظام ایک ہی چھت کے نیچے کیا ہے، جس سے مفید نتائج نکلے ہیں۔ یہاں کی انتظامیہ نے مساوی سلوک اور بھائی چارے کا جو لحاظ کیا ہے اور یہ طریقہ جو دوسری جنگ کے زمانے میں رائج ہوا، اب اس کی مقبولیت دنیا بھر میں پھیل رہی ہے اور دوسرے ممالک کی کمپنیاں بھی اس طریقے کو اختیار کر رہی ہیں۔ (سمندر پار کی فرموں کے اعلیٰ عہدیداروں میں تو نہیں، لیکن درمیانہ اور نچلے درجے کے کارکنوں میں یہ طریقہ زیادہ مقبول ہے)۔

جاپان میں جنگ سے پہلے انتظامیہ کی بنیاد حفظ مراتب کے اصول پر قائم تھی۔ یہ ورثہ دراصل جاگیرداری کے دور کا تھا۔ جب معاشرے پر امراء کا تسلط تھا۔ ساتھ ہی مہی انقلاب کے بعد منصب و مرتبے کا امتیاز جو مغرب سے آیا تھا، معاشرے کے مزاج پر پوری طرح اثر انداز تھا۔ کئی سال گزرے میں جنوبی کوریا میں پوسان کے مقام پر ایک فیٹری دیکھنے گیا حالانکہ صدر دروازہ جو بہت کشادہ تھا، اسے کھلا ہوا دیکھا، لیکن مزدور ایک تنگ دروازے سے آ جا رہے تھے، میں نے سوال کیا کہ مزدوروں کو صدر دروازہ استعمال کرنے کی اجازت کیوں نہیں۔ میرے گائیڈ نے بتایا کہ صدر دروازہ صرف انتظامیہ کے لئے ہے۔ مجھے اندازہ ہوا کہ یہ جاپان کے نوآبادیاتی دور کی رسم ہے، جو کوریا پہنچی ہے۔ اس سے مجھے یاد آیا کہ ہمارے ایلمنٹری اسکول میں اساتذہ کے لئے جو پاخانے بنائے گئے تھے، ان سے خاصے فاصلے پر ایک پیشاب خانے کے دروازے پر لکھا تھا، ”صرف برائے پرنسپل صاحب“۔ پرانا جاپان مساوی سلوک کا قائل نہیں تھا۔

جاپان میں جنگ سے پہلے نیشنل ریلویز میں فرسٹ، سیکنڈ اور تھرڈ کلاس کے ڈبے ہوتے تھے۔ ہر کلاس کے لئے الگ ٹکٹ گھر اور علاحدہ انتظار گاہیں ہوتی تھیں، آج جاپان میں ایک بہت بڑا اور دنیا کا واحد ریل سسٹم موجود ہے۔ اس سسٹم میں مسافروں کے لئے صرف ایک کلاس ہے۔^(۱)

(۱) طویل فاصلے تک سفر کرنے والی یہ ایکپریس گاڑیاں ”گرین کار“ کہلاتی ہیں، ان کا ٹکٹ دوسری گاڑیوں کے مقابلے میں مہنگا اور ان کی نشستیں نسبتاً زیادہ آرام دہ ہوتی ہیں۔ گاڑیوں میں فرسٹ کلاس اور سیکنڈ کلاس کے ڈبے اب سے بیس سال پہلے ختم کر دیے گئے۔

جاپان میں ایک ہی طبقے کا یہ کلچر، جسے مساوی فائدے پر مبنی کہا گیا ہے، صحیح مفہوم ادا نہیں کرتا، اس سے بہتر اصطلاح سماجی برابری کی ہے۔ جاپان کی سماجی یکسانیت بھائی چارے سے زیادہ قریب ہے یعنی متوسط طبقے کی اپنائیت..... یہاں ہر شخص کو چاہے وہ کوئی معزز فرد ہو، چاہے عام لوگوں میں سے ہو، وہ امیر ہو یا غریب ہو، سب کو ایک ہی طرح سمجھا جاتا ہے۔ گذشتہ باب ۵ میں، میں نے لکھا تھا کہ ایشیا میں مغرب کی طرح سخت طبقاتی معاشرہ کبھی نہیں رہا۔ بعض لوگوں میں طبقاتی تقسیم نسل کی بنیاد پر ہوئی، کسی نسل کے لوگوں کو برتر حیثیت دی گئی، کسی کو کمتر۔ اس رجحان کا سلسلہ زمانہ قدیم سے جاملتا ہے جب معاشرہ میں ایک طرف فاتح ہوتے تھے، دوسری طرف مفتوح یعنی کمتر درجے کے لوگ، یا پھر کسی سرزمین پر آکر آباد ہونے والے نو وارد قبائل۔ بالائی اور پست درجے کے لوگوں میں جسمانی ساخت، قد و قامت اور چہرے مہرے کا بھی فرق ہوتا تھا۔ برطانیہ میں، اونچے طبقے کے سیاست دان تجارت کے شعبے میں اعلیٰ عہدیدار، فوجی افسر اور مذہبی رہنما طبقہ امراء یا اشرافیہ سے آتے ہیں۔ امریکہ میں یہ سفید فام انگریزوں کی نسل کے پروٹسٹنٹ فرقے کے لوگ ہوتے ہیں۔ وہ خاندان جن کا شجرہ نسب اعلیٰ ہوتا ہے، ان میں حکمران طبقے کا غرور اور معاشرے میں قیادت کا جذبہ پایا جاتا ہے۔ اس ضمن میں چند ممتاز خاندان نلسن، ولنگٹن اور روز ویلٹ ہیں۔ وہ پیش قدمی سے کام لیتے ہیں، اور تنظیموں میں قیادت کا منصب سنبھال لیتے ہیں۔ ایشیا میں، چند استثنائی صورتوں سے قطع نظر ممتاز شجرہ نسب والوں میں سے بہت کم ہی لوگوں کو اقتدار کا منصب حاصل ہوا ہے۔ یہی بات جاپان پر صادق آتی ہے۔ خاص طور پر اس بنا پر کہ اوائل تاریخ سے اب تک کسی اور نسلی گروہ نے یہاں کی آبادی کو اپنا محکوم نہیں بنایا۔ کوئی حکمران طبقہ مستقبل بنیادوں پر یہاں کبھی قائم نہیں ہوا۔ اس کے علاوہ معاشی بحالی اور خوش حالی نے معاشرے کے سبھی لوگوں کو متوسط درجے کا رہن سہن اختیار کرنے کے قابل بنائے رکھا۔ سماجی برابری اب یہاں معمول کی بات ہے۔

مہمان اور میزبانی

فیکٹری کے اندر، باہر سے آنے والوں کو قومی کردار کی ایک جھلک نظر آ جاتی ہے۔ مغربی جرمنی میں (اب مغربی اور مشرقی جرمنی الگ نہیں رہے) مہمانوں کو کافی ضرور

پیش کی جاتی ہے اور فیکٹری کی سیر ذرا لمبی ہو جائے اور کھانے کا وقت آجائے تو مہمانوں کو اعلیٰ عہدیداروں کی طعام گاہ میں کھانے کی دعوت دی جاتی ہے۔ مینوں کے ہر دوسرے کھانے میں غذائیت کا خاص خیال رکھا جاتا ہے، جو یہاں کے باشندوں کے آداب میزبانی کی نمایاں خصوصیت ہے لیکن فرانس کی بیشتر فیکٹریوں میں دیکھا گیا ہے کہ مہمانوں کو کھانے پر نہیں بٹھایا جاتا اور نہ عام طور پر کافی پیش کی جاتی ہے۔ اس کا یہ مطلب نہیں کہ جرمن باشندے فرانسیسیوں کے مقابلے میں زیادہ مہمان نواز ہوتے ہیں اور فرانسیسی کھانے کے معاملے میں کنبوس ہیں۔ دراصل فرانسیسی جو انتہائی انفرادیت پسند ہوتے ہیں، کھانے کو تمام تر نجی معاملہ سمجھتے ہیں۔ اپنی پسند کے دوستوں کے ساتھ، نہایت احتیاط سے منتخب کردہ ریسٹوراں میں بیٹھ کر کھانا کھانا مہذب زندگی کا ایک خوشگوار تجربہ ہے۔ فرانس کے منیجر غالباً سوچتے ہوں گے کہ ہم اپنے یہاں آنے والوں کے ذوق سے آشنا نہیں کہ وہ کھانے میں کن چیزوں کو ترجیح دیتے ہیں، لہذا وہ انہیں کھانے پر ساتھ بٹھانے سے احتراز کرتے ہیں۔ غالباً اسی رویے کا مظاہرہ وہ کافی کے سلسلے میں بھی کرتے ہیں۔

جاپان میں طریقہ یہ ہے کہ موقع چاہے کوئی بھی ہو، مہمانوں کو سبز چائے پیش کی جاتی ہے۔ کیفے ٹیریا میں اس کی کوئی قیمت نہیں ہوتی۔ جاپان یزبان کا ایک لفظ موجا (Mocha) ہے جس کے معنی ہیں (unreasonable) نامعقول۔ جاپانی لفظ، جن دو الفاظ سے مل کر بنا ہے، اس سے معنی یہ نکلتا ہے کہ مہمان کو اگر ایک کپ چائے بھی پیش نہ کی جاسکے تو یہ ایک نامعقول بات ہوگی۔ جاپانیوں نے چائے نوشی کو ایک پرنفاست رسم بنا لیا ہے۔ یہاں چائے بنانے اور اسے پیش کرنے اور پینے کے آداب سکھانے کے لئے کئی اسکول کھلے ہوئے ہیں۔

چین میں مہمانوں کو چائے ایسے کپ میں پیش کی جاتی ہے جو ڈھکن سے بند ہوتا ہے۔ اس پیالے کو مہمان جب تک چاہے چائے سے بھرتا چائے، وافر چائے موجود ہوگی۔ چینوں نے چائے دریافت کی اور چائے خانے بنائے، وہ چائے کو دوستانہ بات چیت اور تعلقات میں توسیع کا ایک ذریعہ سمجھتے ہیں۔ اس سے آگے مغرب کی طرف جائیں تو بھوٹان میں ہر شخص لکڑی کا ایک پیالہ اپنے لباس میں ڈھانپ کر رکھتا ہے۔ میزبان کی دعوت پر پیالہ نکال کر باہر رکھ دیا جاتا ہے اور چائے مکھن کے ساتھ پی جاتی ہے۔ ہر علاقے کی ثقافت

میں چائے کا پیالہ تعلق اور مراسم پیدا کرنے کا ذریعہ سمجھا گیا ہے۔

چائے نوشی کی رسم جنوبی کوریا میں ادھر حالیہ برسوں کے اندر رو بہ زوال ہے۔ ای (Yi) خاندان کے حکمرانوں نے جو کنفیوشس کی تعلیمات کے قائل تھے چائے کی اس بنا پر مخالفت کی کہ اسے بدھ راہبوں نے متعارف کرایا تھا۔ (یہ بھی عجیب اتفاق ہے کہ کنفیوشس کی تعلیمات کا آغاز تو چین سے ہوا لیکن چین کے مقابلے میں ان کے اثرات کی شدت کوریا میں زیادہ پائی گئی ہے)۔

موانست کا آغاز پہلی ملاقات سے ہوتا ہے۔ ذرا اس صورت حال کا تصور کیجئے:

الف اور ب نام کی کمپنیوں کے درمیان ایک ملاقات کا انتظام کیا گیا ہے۔ دونوں فریقوں کے تین تین نمائندے یعنی ڈائریکٹر، جنرل مینجر اور سکشن کا سربراہ نمائندگی کے لئے آئے ہیں۔ ان میں سے ہر ایک دوسرے سے متعارف ہونا ہے۔ آپ تعارف کس طرف سے شروع کریں گے، ڈائریکٹر سے سکشن کے سربراہ کی طرف یا اس کے برعکس۔ مغرب والوں کا کہنا ہے کہ ہم سینئر عہدیداروں کا تعارف پہلے کرائیں گے ان کے برعکس جاپانی جو نیئر عملے کو پہلے متعارف کرائیں گے اور پھر سینئر عہدیداروں کو۔ اگرچہ بہت سی قومیں، مغرب کے زیر اثر انہی کی پیروی کریں گی لیکن قدیم زمانے میں جاپان میں دو فریقوں کے درمیان رسمی تعارف یوں ہی ہوتا تھا کہ پہلے سب سے کم رتبہ اہلکار اپنے نام اور منصب بتاتے تھے۔ سومو (کشتی) اور سپاہیانہ مشقوں میں، اگر ان کھیلوں کا ٹورنامنٹ ہو رہا ہو تو اس کا آغاز آج بھی کم تر اہلکاروں کے باہمی تعارف سے ہی ہوتا ہے۔ جاپانیوں کا طریقہ یہ ہے کہ اگر کسی شخص کے مرتبے اور اس کے کمالات کا علم نہ ہو تو وہ اس کے احترام کی طرف مائل ہوتے ہیں، لیکن جو یہی یہ علم ہو کہ دوسرا فریق مرتبے میں کمتر اور عمر میں بھی کم ہے، یعنی اس قابل نہیں کہ اسے بہت زیادہ اہمیت دی جائے تو وہ دفعتاً مغرور ہو جاتے ہیں۔ میرا تجربہ یہ ہے کہ اس کے مقابلے میں امریکیوں کا رویہ برعکس ہوتا ہے۔ ابتدا میں وہ فرض کر لیتے ہیں کہ وہ مرتبے میں بلند تر ہیں، لیکن جب یہ معلوم ہو کہ ان کا مخاطب ایک ممتاز حیثیت کا مالک ہے تو امریکی فوراً اس سے معذرت کرتے ہیں اور بڑے احترام سے پیش آتے ہیں۔ انگریز کا طریقہ یہ ہے کہ ملاقات کے ابتدائی مرحلے میں اچانک کوئی ٹیکھا سا سوال کرے گا اور اپنے مخاطب کا رد عمل دیکھے گا۔ اگر دوسری طرف سے کوئی نفیس اور ذہانت آموز جواب ملے

گا تو وہ کہے گا ”گڈ چیپ“ (یعنی آدمی ٹھیک ٹھاک ہے) اور اس کے ساتھ گرمجوشی سے پیش آئے گا۔

ہر معاشرے میں پہلی ملاقاتوں کے مخصوص آداب ہوتے ہیں۔ جاپانی فوراً اپنے کام کا کارڈ پیش کریں گے، جس میں ان کے ادارے کا نام اور ان کا عہدہ درج ہوگا۔ کچھ غیر ملکی بھی جنہوں نے طور طریقے سیکھ لئے ہیں فوراً اپنے نام کا کارڈ نکالیں گے۔ مختلف ثقافتوں سے تعلق رکھنے والے دو گروپ اگر کسی منصوبے پر ایک دوسرے کے تعاون سے کام کر رہے ہوں یا نہایت اہم نوعیت کی گفتگو میں شریک ہوں تو ان صورتوں میں دونوں کے لئے ایک دوسرے کی ثقافت کو سمجھنے کی کوشش بڑی اہمیت اختیار کر لیتی ہے۔ اس نکتے کی وضاحت ایک واقعہ کے بیان سے ہوگی جو نتیجے کے اعتبار سے تباہ کن ثابت ہوا جاپان کی ایک کمپنی اور مغربی جرمنی کی ایک فرم ایک معاہدے پر غور کر رہے تھے۔ ابتدائی بات چیت کے لئے بیٹھیں۔ اس پوری میٹنگ میں جاپان کا سینئر نمائندہ اپنی نشست پر سیدھا بیٹھا رہا۔ وہ کچھ نہیں بولا، بلکہ کبھی کبھی تو آنکھیں بھی بند کر لیتا تھا۔ اس صریح بے توجہی اور بے اعتنائی سے خفا ہو کر جرمن ٹیم نے بات چیت ختم کر دی۔ اس معاہدے کے لئے بنیادی کام جو خاصی محنت سے کیا گیا تھا اور اس کی منصوبہ بندی سب کچھ اکارت گئی۔ بعد میں جاپانیوں نے اس صورت حال پر نظر ثانی کی اور دوسرے فریق سے معذرت بھی کی، لیکن جرمن ٹیم کی تفسی نہیں ہوئی، اگر انہوں نے مقامی آداب و رسوم کو بخوبی سمجھا ہوتا تو یہ مذاکرات ناکام نہ ہوتے۔ طریقہ یہ ہے کہ ایسی بات چیت میں جاپان کا سینئر نمائندہ خود کچھ نہیں بولتا، ایجنڈے پر گفتگو ہوتے سنتا ہے اور بالکل آخر میں نتیجہ خیز گفتگو کرتا ہے ساری جرح بحث جس طرح جاری رہتی ہے، اس میں وہ مداخلت نہیں کرتا صرف یہ سنتا رہتا ہے کہ اس کے جونیئر ساتھی کیا کہتے ہیں اور جب اس کے لئے بولنا ناگزیر ہو جائے تو چند الفاظ سے زیادہ نہیں بولتا۔ جاپان کی مذاکراتی ٹیم کا نمائندہ جرمن ٹیم کے ساتھ بات چیت میں چپ چاپ آنکھیں بند کئے کسی بدھ بھکشو کی طرح جیسے مراقبہ کے عالم میں ہو، بیٹھا رہا، محض اس لئے کہ اس کے خیال میں بات چیت کامیابی کے ساتھ جاری تھی۔ وہ نہیں جانتا تھا کہ مغرب سے آنے والے لوگ اس سے کیا توقع کرتے ہیں، مثلاً وہ یہ توقع کرتے تھے کہ وہ اعلیٰ ترین عہدیدار جو اس بات چیت میں شریک ہے، ذاتی طور پر اپنے اختیارات کی دھاک بٹھائے گا اور اس طرح فقرے

بولے گا، جیسے ”اسمٹھا تم تو اس سلسلے میں ماہر ہو، ذرا اس معاملے کی وضاحت کرو.....“ لیکن جاپان کی ٹیم کے سربراہ کو گم سم دیکھ کر جرمن ٹیم کو یقین ہو گیا کہ وہ لوگ معاملہ کو ختم کر دینا چاہتے ہیں۔

جاپان کے کلاسیکی اسٹیج ڈراموں میں دیکھا گیا ہے کہ جب دیوتا اسٹیج پر نمودار ہوتے ہیں، تو سب سے کمتر درجے کی مورتی سب سے پہلے لائی جاتی ہے اور جو سب سے زیادہ بیش قیمت اور مقتدر ہے، وہ سب سے آخر میں۔ مغرب میں طریقہ یہ ہے کہ سب سے طاقت ور دیوتا سب سے پہلے وارد ہوتا ہے، جو اولیت اور قیادت کے مرتبے پر فائز ہے۔ کمتر حیثیت کے دیوتا بعد میں آتے ہیں۔ جاپان میں جن دنوں روایت پرستی کا زور تھا، جب گاؤں کی برادری میں کوئی مسئلہ اٹھتا یا کوئی نیا منصوبہ بنایا جاتا تو بالعموم سب سے پہلے کم مرتبہ اور جو نیر قسم کے لوگ اس پر اپنے درمیان جرح و بحث کرتے۔ جب ان میں مفاہمت پیدا ہو جاتی، تو یہ معاملہ سینئر افراد کی خدمت میں پیش کر دیا جاتا اور اس پر آخری فیصلہ بزرگ حضرات صادر کرتے تھے۔ کاروباری اداروں کے غیر ملکی عہدیداروں کو جو یہاں کے سرکاری دفاتر سے معاملات طے کرتے ہیں، یہ نہیں فرض کر لینا چاہئے کہ ”اگر ہم سب سے بالادست عہدیدار سے بات کر لیں تو سب ٹھیک ہو جائے گا“۔ جی نہیں سب سے پہلے ماتحت عملے کے ساتھ معاملات سلجھالینے چاہئیں۔ جاپان کے معاشرے میں سب سے چٹلی سطح پر کام کرنے والے لوگ نہایت اہم صوابدیدی اختیارات رکھتے ہیں اور بالآخر عہدیداران کے فیصلوں سے انحراف نہیں کرتے، تاوقتیکہ اس کی کوئی معقول وجہ ہو۔

قیادت کے قرینے

میری اس گفتگو کا یہ مطلب ہرگز نہیں کہ ماتحت عملے کے لوگ بالادست عہدیداروں کی ترجیحات سے لاعلم ہوتے ہیں یا ان کی سرے سے پرواہ نہیں کرتے اور یہ کہ سارے فیصلے وہ خود ہی کرتے ہیں اور محض رسمی منظوری کے لئے اوپر بھیج دیتے ہیں۔ اس کے برعکس چٹلی سطح کے ملازم افسران بالا کے ممکنہ رد عمل کا تخمینہ لگاتے رہتے ہیں، وہ اپنے آپ سے سوال کرتے ہیں کہ ”اگر میں بالادست افسر کی حیثیت میں ہوتا اور یہی مسئلہ مجھے درپیش ہوتا تو میں اس سے کس طرح نبھتا؟“ یہ ایک کوشش ہوتی ہے، دوسرے

فرد کی پوزیشن کو سمجھنے اور پھر فیصلہ کرنے کی کوشش۔ بالادست افسروں اور ماتحتوں کے درمیان رسمی اور غیر رسمی دونوں سطح پر رابطے کا سلسلہ برابر جاری رہتا ہے تاکہ اس امر کو یقینی بنایا جائے کہ افسر اور ماتحت دونوں ایک ہی طرح سوچتے ہیں اور ان کے رویوں میں کوئی فرق نہیں۔ ساتھ کام کرنے والے کارکن دفتری اوقات کے بعد ساتھ مل کر کھاتے پیتے ہیں اور گپ شپ کرتے ہیں کیونکہ ایک دوسرے کو سمجھنے کے لئے ان کے درمیان تبادلہ خیال ضروری ہوتا ہے۔

انتظامیہ میں معاملات کو طے کرنے کا عمل تاخیر طلب اور کسی نتیجے تک پہنچنا اس سے بھی زیادہ تکلیف دہ ہوتا ہے یعنی ایک ضابطے کے مطابق اطلاعات اور تجاویز کا ماتحت عملے سے افسران بالا تک پہنچنا، یہ سب کچھ دیر طلب تو ہے، لیکن ایک بار فیصلہ ہو جائے تو اس پر عمل درآمد تیزی سے ہوتا ہے۔ افسر اعلیٰ کی منظوری کا اشارہ ملتے ہی جو لوگ کام کے ذمہ دار ہیں، فوراً حرکت میں آ جاتے ہیں کیونکہ فیصلے کے مرحلے میں بھی وہ موجود تھے، ابتدائی ریسرچ بھی انہوں نے ہی کی تھی اور رابطے میں بھی شریک تھے۔ چین اور عرب ممالک میں جاپان کے تاجروں کو اکثر اس نوعیت کا تجربہ ہو چکا ہے کہ افسران بالا نے تو کسی منصوبے کی منظوری دے دی، لیکن بعد میں کچھ نہیں ہوا۔ ایسے میں جب ماتحت عملے سے پوچھا جائے کہ ہمارے معاملے کا کیا ہوا تو جواب یہ ملتا ہے کہ ”ہمارے صاحب نے تو آپ سے وعدہ کر لیا ہوگا لیکن اس سلسلے میں ہم نے ان کے منہ سے کچھ نہیں سنا۔“

جیسا کہ ہم نے ماضی میں دیکھا، جاپان کے فوجی جرنیل روایتی طور پر سب سے پیچھے رہتے ہوئے میدان جنگ کی صورت حال اور اپنے افسروں کی حکمت عملی کا بخوبی جائزہ لیتے رہے تھے۔ قیادت کے اس قرینے کی بدولت ماتحت افسروں کو اپنی صلاحیت دکھانے کا موقع مل گیا۔ اعلیٰ کمانڈر کے لئے ضروری تھا کہ صاحب کردار ہو، تاکہ ماتحت افسروں کو انعام دینے میں انصاف سے کام لے اور ان کی معمولی لغزشوں کو نظر انداز کر دے۔ سیاسی زندگی میں سب سے اوپر پہنچنے کے لئے یا جاپان میں کسی بڑی تنظیم کا سربراہ بننے کے لئے ضروری ہے کہ ادارے یا معاشرے کے لوگ اسے نیک دل، فیاض اور وسیع النظر تسلیم کریں اور انہیں یقین ہو کہ یہ شخص پوری جماعت کی خیر خواہی کے لئے سوچنے کی اہلیت رکھتا ہے۔ ذاتی بہادری یا قیادت تک براہ راست پہنچنے کی جدوجہد کے مقابلے میں مذکورہ

خوبیاں زیادہ اہمیت رکھتی ہیں۔

میں موٹو پوششوں اور اوڈانو بنگا جیسے فعال لیڈروں کے ماتحت کام کرنا ایک ولولہ انگیز تجربہ ہوتا ہے لیکن ایسے لیڈر جب کام آجائیں تو ان کے ماتحتوں کے لئے شہرت اور عظمت حاصل کرنے کے امکانات بھی ان کے ساتھ ہی مر جاتے ہیں۔ ٹاکیگاوا کاڑو ماسا اور اکیچی مٹسو ہیڈے جاپانی فوج کے زبردست جرنیل تھے۔ ان کے کیریئر اور بھی شاندار ہوتے، اگر وہ اوڈانو بنگا کے سوا کسی اور کی ماتحتی میں ہوتے۔ جاپان کے معاشرے میں کوئی ابھرتا ہوا لیڈر امریکیوں کی طرح جارحانہ مزاج کا حامل نہیں ہو سکتا۔ بیس بال کے کھیل میں گیند پھینکنے والا ہر ایک کی توجہ کا مرکز ہوتا ہے لیکن گیند پکڑنے والا پوری ٹیم کو ہدایت دیتا ہے۔ گیند پھینکنے والا خواہ کتنا ہی ذہین ہو، اسے پلیٹ کے پیچھے کھڑے ہوئے ایک تجربہ کار اور ہوش مند ریسور کی ضرورت بہر حال رہتی ہے جو کھیل کو کامیابی کے ساتھ آگے لے جا سکے۔ ”مورا“ یا اجتماعی نوعیت کی تنظیم میں، جہاں سبھی لوگ ایک دوسرے کو جانتے ہوں، جو شخص اپنی امیدواری کو خود آگے لے کر چلے، اس کے لئے اپنے گروپ کے سربراہ منتخب کئے جانے کا بہت کم امکان ہوتا ہے البتہ ایک ہمہ جہت اور منکسر مزاج امیدوار کی کامیابی نسبتاً زیادہ ہوتی ہے۔

ایک آرکسٹرا کا کنڈکٹر سامنے کھڑا ہو کر ہدایت دیتا ہے۔ مغربی ممالک میں ایک لیڈر کا یہی مقام ہوتا ہے۔ جاپانیوں کے روایتی اجتماع میں لیڈر بالکل غیر نمایاں، موسیقاروں کی آخری صف کے کنارے پر کھڑا ہوتا ہے۔ مغرب کے لوگ ممکن ہے، اس پر حیران ہوں کہ ایسی جگہ کھڑا ہو کر وہ ہدایت کس طرح دے سکتا ہے، لیکن جاپانی طرز کی قیادت کے لئے موزوں ترین جگہ وہی ہے۔ جب جاپان کا اجتماعی گروپ صف بستہ ہو تو اس کے تمام ارکان میں مکمل مفاہمت پائی جاتی ہے، اس وقت ہر موسیقار اپنے پاس کھڑے ہوئے موسیقار کی حرکت پر اور اس کی آواز کے اتار چڑھاؤ پر پوری توجہ دیتا ہے۔ ہدایت کار سب سے پیچھے کھڑا دیکھتا ہوتا ہے کہ گروپ صحیح فن پیش کر رہا ہے۔ یہ طریق کار سبھی جاپانی سیکھ لیتے ہیں۔ یہ بات کلچر کے ساتھ پیدا ہوتی ہے۔

ہمارے درسی نظام میں طلبہ کو یہ سبق سکھایا جاتا ہے کہ گروپ کی تنظیم میں رخنہ نہ ڈالیں۔ موری شیمامچیو، لندن یونیورسٹی میں اکنائکس کے پروفیسر ہیں۔ انہوں نے اپنی

تصنیف ”جاپان اور برطانیہ“ میں سوزو کی طریقے کی مثال پیش کی ہے۔ وہ طریقہ یہ ہے کہ آپس کے میل اور رابطہ کی خاطر چھوٹے بچوں کو واکمن بجانے کی تربیت دی جاتی ہے۔ یہ طریقہ شن چی سوزو کی نے دریافت کیا ہے، جس کی بنیاد اس یقین پر ہے کہ صلاحیت بچوں میں موجود ہوتی ہے جسے شروع ہی میں تربیت کے ذریعے نکھارا اور فروغ دیا جاسکتا ہے۔ پروفیسر موری شیما کے خیال میں اس طرح تعلیم کے بارے میں جاپانیوں کی ترجیحات کا پتہ چلتا ہے۔ جاپان کے اساتذہ پورے گروپ کی اوسط تعلیمی سطح بلند کرنے پر زور دیتے ہیں۔ ان کی کوشش یہ ہوتی ہے کہ طلبہ کو 80 کی سطح پر لے آئیں، بجائے اس کے کہ کچھ طالب علم تو 95 نمبر حاصل کریں اور باقی 70 یا اس کے آس پاس رہ جائیں۔ پروفیسر کا کہنا ہے کہ سوزو کی کے طلبہ جب یہ محسوس کرتے ہیں کہ انہوں نے صحیح سر نہیں لگایا تو ایک لمحے کے لئے وہ رک جاتے ہیں اور پھر دوبارہ شروع کرتے ہیں، لیکن پورے گروپ کی ہم آہنگی اس سے متاثر نہیں ہوتی۔ ان کے مقابلے میں برطانیہ کے بچے سولو ٹاپ ہوتے ہیں، یعنی ہر ایک الگ الگ سر لگاتا ہے۔ اس طرح کی کیفیت میں، جو جاپان کے بچوں کو درپیش ہوتی ہے، انگریز بچے اس بات کو نظر انداز کر دیتے ہیں کہ کون کسی طرح ساز بجاتا ہے، طلبہ وہ اپنے طریقے سے بجاتے رہتے ہیں۔ نتیجہ یہ کہ پورا گروپ ذرا ہی دیر میں اپنی اپنی آوازیں نکالنا شروع کر دیتا ہے۔ سب کے سر الگ، اتار چڑھاؤ مختلف، یہاں تک کہ استاد، اگر وہ کوئی سخت آدمی ہے تو مداخلت کر کے اس انارکی کو روکتا ہے۔ موسیقی کے دوران اپنے ساز کو اس طرح غیر محسوس طور پر درست کر لینا وہ ہنر ہے جس کی بدولت جاپان کے آرکسٹرا کو ایک باوقار حیثیت حاصل رہی ہے۔ اس کا معیار پروفیسر موری شیما کے مطابق نہایت شاندار تو نہیں لیکن اوسط سے بہتر ہے۔

مغرب میں ایک سمفنی آرکسٹرا، ایک بیس بال ٹیم یا ایک کاروباری کارپوریشن، یہ سب منفرد روشن ستاروں (شاندار کرداروں) کا اجتماع کہلاتے ہیں۔ ان کے مقابلے میں جاپان کی ٹیم ”گروہی ذہن“ رکھنے والوں کا اجتماع ہوتی ہے جس کے ارکان الگ الگ نہیں بلکہ ایک پوری ٹیم کے نقطہ نظر سے سوچتے ہیں۔ اب اگر ان کی قیادت کے انداز بھی مختلف ہوں تو اس پر کسی کو حیرت نہیں ہونی چاہئے۔ مغرب میں مقابلہ مضبوط شخصیتوں کے درمیان ہوتا ہے اور فرد کو سرگرمی کے ساتھ قیادت کے جوہر دکھانے پڑتے ہیں، ورنہ

دوسرے لوگ ان کے پیچھے نہیں چلیں گے۔ جاپان میں گروپ کے درمیان ہم آہنگی سب سے پہلی ضرورت ہے۔ عقب میں چلنے والے کسی قدر تابعدار ہوتے ہیں، لیکن قیادت کرنے والے کو بھی ہوشیاری کے ساتھ اپنے غیر حاکمانہ رویے کا تاثر دینا پڑتا ہے۔ جاپان کے مروجہ نظام تعلیم سے اور خاص طور پر نوں جماعت تک لازمی تعلیم کے نفاذ سے اس منفرد ”گروپ کلچر“ (ثقافت میں اجتماعیت) کو بڑی حد تک فروغ حاصل ہوا ہے۔ اس تعلیمی نظام میں طلبہ کو الگ الگ شخصیت نہیں بلکہ ایک اجتماعی وجود سمجھا جاتا ہے۔

جاپان میں اس انداز فکر کی ایک طویل تاریخ تو ہے، لیکن دوسری عالمی جنگ کے بعد، جب ابلاغ عامہ کی ترقی ہوئی اور سماجی امتیازات دور ہونے لگے تو اجتماعیت کے احساس کو نمایاں طور پر فروغ حاصل ہوا۔ مثال کے طور پر آج کل اسکولوں کے نظام میں ضابطوں کی جو پابندی روا رکھی جاتی ہے، میرے بچپن کے تعلیمی دور میں یہ بات نہیں تھی۔ میرے اس تاثر کی تائید پروفیسر موری شیما نے بھی کی ہے۔ جنگ سے پہلے کے دور میں بہت سے ذہین نوجوان اعلیٰ تعلیم کی گرفت سے صاف بچ نکلے۔ منسوشیتا الیکٹرک کمپنی کے مالک منسوشیتا کونسک اور سابق وزیراعظم تناکا کوکوئی، اس کی دو نمایاں مثالیں ہیں۔ دونوں کو ابتدا سے ہی کام پر لگا دیا گیا، چنانچہ ان کی شخصیتوں میں انفرادیت کا ایک مضبوط احساس جاگزیں ہو گیا۔ حیرت انگیز طور پر جاپان کے عالموں کی ایک خاصی بڑی تعداد ہے، جس میں علوم بشریات کے ماہرناکانے چائی، تاریخ دان ایوشن کچی، اقتصادیات کے عالم اکٹیا سیوردا اور کچھ دوسرے افراد شامل ہیں، جنہوں نے اپنا بچپن جاپان سے باہر منچوریا یا چین میں گزارا، جاپان کے پرامن اور عافیت کے ماحول میں پرورش پانے والے ایک اوسط نوجوان کے مقابلے میں مذکورہ افراد کسی اور ہی نسل کے لوگ معلوم ہوتے ہیں۔

جنگ کی حالت میں انفرادی مقابلے اور گروپ کے درمیان تصادم یا اگر کاروبار ہے تو کاروباری مقابلے کے نتائج کا فیصلہ مختلف معیارات سے ہوتا ہے۔ اگر مقابلہ ایک اور ایک کا ہو تو جو زیادہ طاقت ور یا زیادہ ہنرمند ہوگا، وہ جیت جائے گا۔ اگر مقابلہ دو گروپوں کے مابین ہو تو اس میں دوسرے عناصر بھی آ جاتے ہیں مثلاً گروپ کے اندر ارکان کا ایک دوسرے کے ساتھ دوستی کا رویہ اور تنظیم کی خاطر قربانی کا جذبہ۔ ایک جاپانی کہتا ہے، ”جو فاتح ہے وہ پاکباز بھی ہے“۔ مراد یہ کہ ایک شخص صرف اپنی پاکیزہ صفات کی بدولت

کامیاب ہو سکتا ہے۔ کامیابی کا انحصار جسمانی خوبیوں کی بجائے روحانی صفات پر ہے۔ بہت سے جاپانیوں کا عقیدہ یہ ہے کہ کوئی فرد یا گروپ اپنی اخلاقی برتری کی بدولت فتح مند ہوتا ہے۔ شکست خوردہ گروپ کی ناکامی کا سبب محض طاقت کی کمی نہ تھی، وہ اس لئے ہاراکہ ”دا“ یعنی ہم آہنگی پیدا کرنے میں ناکام رہا۔ ایک گروپ کی جو اخلاقیات ہوتی ہیں، وہ اس سے عاری تھے۔ اس طرح فتح مند گروپ کی کامیابی اس کی اصولی کامیابی بھی ہے چنانچہ جاپانیوں میں زمانہ قدیم سے یہ خیال چلا آ رہا ہے کہ فتح مند اپنے موقف میں جائز اور برحق ہوتا ہے۔^(۱)

نیماواشی

جاپانی کمپنیوں کا ایک گروپ اپنے اجلاس یا کانفرنس کس طرح کرتا ہے، اسے دیکھ کر فیصلہ کرنے کے سلسلے میں ان کی بعض امتیازی خصوصیات کا اندازہ ہوتا ہے۔ شیمار یوتارو، تاریخی ناولوں کے ایک نامور مصنف ہیں۔ انہوں نے مغربی طرز کے اجلاس کا حال اس طرح رقم کیا ہے۔ ٹوکیو کے اسا کوسا کشن میں ہونے والی مندر کے مقام پر انتظامی عہدیداروں کا ایک اجلاس ہو رہا تھا۔ اس اجلاس کا محرک ”شہنشاہ میچی کے چارٹر اٹھ“ (حلفیہ اعلان) کا پہلا فرمان تھا۔ وہ یہ کہ ”فعال اسمبلیاں ملک کے طول و عرض میں قائم کی جائیں گی اور تمام معاملات علانیہ بحث مباحثے سے طے ہوں گے“۔ نئی حکومت کے ایک مقتدر رہنما کیڈونکایوشی (77-1835ء) نے اجلاس کی صدارت کی۔ کانفرنس کا سلسلہ ایک ماہ تک جاری رہا۔ خیال تھا کہ اس کانفرنس کے نتیجے میں عوام کی منتخب اسمبلی قائم ہوگی لیکن جاپان کے حکمران طبقے کو مغرب والوں کے انداز میں معاملات کو سرعام طے کرنے کا یہ طریقہ نہایت احمقانہ لگا۔ اموری پریٹچر کے نائب گورنر شیونو یاریکان نے اپنی یادداشتوں میں لکھا ہے کہ ”حاضرین میں سے بیشتر نے اجلاس کی کارروائی سے اپنی بھرپور نفرت کا اظہار کیا۔ وہ تمام وقت سوتے رہے، زور زور سے خراٹے لیتے رہے یا اکتا ہٹ کے مارے

(۱) جنوبی کوریا کے ایک دوست کو اس خیال سے اختلاف ہے۔ ان کا کہنا یہ ہے کہ ایک شخص حق پر ہوتے ہوئے بھی اپنی جسمانی کمزوری یا وسائل کی کمی کے باعث شکست کھا جاتا ہے۔ مثال کے طور پر جاپان کے ہاتھوں کوریا نے ۱۹۱۰ء میں شکست کھائی اور جاپان نے کوریا پر قبضہ کر لیا۔ لیکن شکست سے کسی فریق کے جائز موقف اور استحقاق پر حرف نہیں آتا۔

جمائیاں لیتے رہے۔ صرف عملے کے لوگوں نے اور چند دیگر حاضرین نے اپنے فرائض سنجیدگی سے ادا کئے۔ اس پر شیا کا تبصرہ ملاحظہ کیجئے: اس مضحکہ خیز صورت حال کا ایک سبب یہ تھا کہ جاپان کے لوگ مغربی انداز کے اجلاسوں کے عادی نہیں تھے۔ علاوہ ازیں، ان میں اتنی توانائی نہیں تھی کہ طویل اجلاس میں دیر تک جم کر بیٹھتے۔ لیکن ان سب سے زیادہ اہم وجہ یہ تھی کہ تقریباً تمام شرکا کھلے اجلاس میں فیصلہ کرنے کے خیال سے ہی متفرق تھے۔ جب ان سے کہا گیا کہ تائید کے لئے اپنا دایاں ہاتھ اور اختلاف کے لئے اپنا بایاں ہاتھ اٹھائیں تو ست سوما کے گورنر اوایا مانے اپنے دونوں ہاتھ اوپر اٹھا دیے، کیڈو نے کہا، آپ اپنے دونوں ہاتھ نہیں اٹھا سکتے۔ آپ تجویز کے حق میں ہیں یا اس کے خلاف ہیں؟ گورنر اوایا مانے طنز یہ مسکراہٹ کے ساتھ جواب دیا ”دونوں طرح ٹھیک ہے“۔

اہم معاملات کے تصفیے کے لئے جاپان میں کھلی کانفرنسیں منعقد کرنے یا پبلک جلسہ کرنے کا رواج نہیں تھا۔ ایسا بہت کم ہی ہوتا تھا۔ یہ ضرور تھا کہ پرانے وقتوں میں مورا (گاؤں کی پنچایت) کے ارکان مل جل کر بیٹھتے اور گاؤں کے معاملات پر صلاح مشورہ کرتے، لیکن شہری نمائندوں کے سلسلے میں ایسا کوئی طریقہ رائج نہیں تھا کہ کسی ہال میں اکٹھا ہوں، مسائل پر کھل کر بحث کریں اور پالیسیاں بنائیں۔ جاپانیوں میں یہ طریقہ تو اب بھی نہیں ہے۔ جاپانی اپنے اہم معاملات چھوٹے چھوٹے گروپوں کے اندر طے کرتے ہیں یا پھر ”نیاواشی“ کا طریقہ اختیار کرتے ہیں۔ اردو میں اس لفظ کے معنی ہیں ”جڑوں کو آپس میں باندھنا“۔ طریقہ یہ ہے کہ ایک شخص تمام متعلقہ فریقوں سے پیشگی مشورہ کر لیتا ہے۔ اس کے ختم ہونے پر اجلاس بلایا جاتا ہے اور جو بات طے ہو چکی ہوتی ہے، اس کا باقاعدہ اعلان کیا جاتا ہے اور حاضرین سے اس کی تائید حاصل کی جاتی ہے۔ یہ تقریب ایک رسم کے طور پر منائی جاتی ہے۔ یقیناً ایسے تمام اجلاس محض رسمی توثیق کے لئے نہیں ہوتے، لیکن اس تقریب کا موقع جتنا اہم ہوتا ہے، دھوم دھام بھی اسی حساب سے ہوتی ہے۔ اہم اجلاسوں میں بہت کم وقت لگتا ہے مثلاً عام مالکان حصص کے اجلاس چند منٹ کے اندر ختم ہو جاتے ہیں^(۱)۔ اسٹاک ہولڈروں اور کمپنیوں کی انتظامیہ کے درمیان اصل آمدنی اور پالیسی کے

(۱) بہت سی کارپوریشنیں پیشر اور اسٹاک ہولڈروں کو جن کے بالعموم جرائم کے منظم گروہوں سے رابطے ہوتے ہیں رقم ادا کرتی ہیں تاکہ وہ جارحانہ قسم کے سوالات پیش ہونے سے روکیں اور اجلاس کی کارروائی جلد ختم ہو جائے۔

سوالوں پر جو زبردست کھینچا تانی امریکہ میں ہوتی ہے، جاپان میں ایسا کچھ نہیں ہوتا۔ حکومت نے 1982ء کمرشل لاء میں ترمیم و نظر ثانی کی تھی، تاکہ حصہ داروں کے اجلاس، امریکہ کے نمونے پر ہونے لگیں۔

انیسویں صدی میں بسنے والے جاپانی جو ”نیناواشی“ اور پس پردہ فیصلوں کے عادی تھے، یقیناً اس وقت شدید صدمے سے دوچار ہوئے ہوں گے، جب مغربی طرز کے جلسوں سے انہیں سابقہ پڑا ہوگا۔ کموڈور میتھیومی پیری اور پہلے امریکی قونصل ٹاؤن سنڈ ہارس کو جاپانیوں سے مذاکرات کرنے میں بڑی دشواری پیش آئی تھی۔ ان کی دائریوں اور دوسری دستاویزات سے ظاہر ہے کہ جاپانی حکام کے مبہم اور گول مول جوابات سن کر وہ برہم ہو جایا کرتے تھے۔ وہ ایسے اجلاس سے بہت مایوس ہوتے، جن کی ساری کارروائی نمائشی رسوم پر ختم ہو جاتی اور اصل موضوع پر سرے سے کوئی بات ہی نہیں ہوتی تھی۔ تب وہ بیزار ہو کر پکاراٹھتے کہ جاپانی تو مچھلی کی طرح ہاتھ سے پھسل جاتے ہیں اور کسی فیصلے پر نکتے ہی نہیں لیکن اصل بات یہ تھی کہ جاپانیوں کو مختلف کلچر کے لوگوں کے ساتھ معاملات طے کرنے کا کوئی تجربہ نہیں تھا۔ ہم اب بھی سفارتی معاملات پر مذاکرہ کرنے اور مشترکہ کاروباری منصوبوں پر غیر ملکوں کے ساتھ مل کر کام کرنے میں ماہر نہیں ہیں۔ ہماری اس لاعلمی کی ایک نمایاں مثال اسی ڈائریکٹر کے رویے سے ملتی ہے جو بدھ بھکشو کی طرح مغربی جرمنی کی مذاکراتی ٹیم کے سامنے آنکھیں بند کئے بیٹھا رہا۔ جاپان، کوریا اور چین کے کاروباری جائزے میں ہم نے درج ذیل سوالات پوچھے۔

اگر تنظیم کے تمام ارکان کسی معاملے سے متاثر ہو رہے ہوں تو کیا اس پر فیصلہ ایک باضابطہ کھلی بحث کے ذریعے ہونا چاہئے؟ یا بہتر بات یہ ہوگی کہ ارکان سے غیر رسمی طور پر ان کی متفقہ رائے معلوم کر لی جائے؟

فیصلے کے مرحلے میں کیا کھلی بحث پر وقت صرف کیا جائے یا وقت کا بہتر استعمال یہ ہوگا کہ ابتداً ”نیناواشی“ کر لی جائے؟ اہم بات یہ ہے کہ کوریا والوں سے زیادہ جاپانیوں نے فیصلہ کرنے کے غیر رسمی طریقے کی حمایت کی جو اس بات کی طرف ایک اور اشارہ ہے کہ جنوبی کوریا کے لوگوں کا تنظیمی رویہ جاپانیوں کے مقابلے میں امریکی طریق کار سے زیادہ قریب ہے۔

رابطہ کی بلند اور پست سطحیں

جاپان ایک ہی جیسے لوگوں کی آبادی کا ملک ہے جو ایک مشترکہ زبان بولتے ہیں اور ایک مشترکہ اور نہایت طویل تاریخی تجربہ رکھتے ہیں۔ ایک گروپ کے اندر بنیادی مسائل پر سنگین اختلافات یا محاذ آرائی شاذ ہی کبھی ہوتی ہوگی چونکہ وہ ایک ہی طرح سوچتے ہیں، جاپان کے مختلف گروپ آپس میں اعلیٰ درجے کا رابطہ رکھتے ہیں۔ (ملاحظہ کیجئے باب ۴) جیسا کہ ایڈورڈ ہال نے دیکھا اور لکھ دیا ہے، سماجی قاعدے اور ضابطے یہاں بیان میں نہیں آتے چنانچہ بہت کچھ اپنی قوت متخیلہ سے سمجھنا پڑتا ہے۔ امریکہ کے معاشرے میں مختلف نسلوں کے لوگ آباد ہیں، ان کے درمیان مختلف انداز کا رہن سہن، مذہبی رشتے اور رویے پائے جاتے ہیں، اور بالعموم باہمی رابطہ کی سطح کمزور ہے۔ ہال نے اس کا موازنہ کرتے ہوئے لکھا ہے کہ ”ایسا ہی ہے، جیسے آپ کمپیوٹر سے تصفیہ کر رہے ہوں“۔ اگر مطلوبہ معلومات پوری صراحت کے ساتھ نہ بتائی جائیں اور پروگرام پر پوری سچائی سے عمل درآمد نہ ہو تو پیغام کا معنی و مفہوم خبط ہو جائے گا“۔ جاپان بڑے عرصے تک ایک بند اور مستحکم معاشرے کا ملک رہا ہے اور یہ عرصہ اتنا طویل ہے کہ جاپانی ثقافتی طور پر ایک دوسرے کو محض اپنے وجدان کی مدد سے سمجھنے کا ہنر سیکھ چکے ہیں۔ یہاں تک کہ انہیں اس غرض سے منہ کھولنے کی بھی ضرورت نہیں۔ اس کے مقابلے میں امریکی آبادی جو مختلف نسلوں سے عبارت ہے، ایک کمزور باہمی رابطے کی بنیاد پر زندہ ہے۔ ان کے درمیان پیغامات اگر صریح، صاف اور منطقی نہ ہوں تو رابطہ اکثر اوقات ٹوٹ جاتا ہے۔

ہائیکو، جاپان میں شاعری کی وہ صنف ہے، جو سترہ الفاظ پر ختم ہو جاتی ہے، یہ صنف مقبول اس لئے ہوئی کہ جاپان کے معاشرے میں انسانی رشتے اعلیٰ ترین سطح پر قائم ہیں۔ ہائیکو لکھنے والا اور اس کا قاری دونوں ایک مشترکہ پس منظر اور جذباتی رویہ رکھتے ہیں۔ جب تک یہ صورت نہ ہو، چند الفاظ پر مبنی ان چھوٹی چھوٹی نظموں کے ذریعے پیغامات کی ترسیل ناممکن ہے۔ اس کا دوسرا پہلو یہ ہے کہ اس منفرد شاعرانہ صنف میں طبع آزمائی سے اور اس کی شعریت سے لطف اندوز ہونے کی صلاحیت کی بدولت طرفین میں ایک داخلی یگانگت پیدا ہوتی ہے۔ شاعر اور قاری دونوں کے گروپ میں ہمدردی، مفاہمت اور توانائی

اور لطیف اشاروں سے دور دراز کا مفہوم پالینے کی حس پیدا ہو جاتی ہے۔
مغرب کے لوگ عام طور پر جب مذاکرات کرتے ہیں تو ان میں ایک دوسرے کی مخالفت کا رویہ موجود ہوتا ہے۔ طرفین اپنے اپنے فائدے کی باتیں سامنے لاتے ہیں اور سودے بازی شروع ہو جاتی ہے، اس طرح مطالبات معروضی طور پر طے ہوتے ہیں۔ جب جاپانی مذاکرات کرتے ہیں تو یہ بات گویا پہلے سے طے ہوتی ہے کہ دونوں فریق ایک دوسرے کے لئے ہمدردی کے جذبات رکھتے اور سمجھوتے پر آمادہ ہیں۔ ”میں نے آپ کے ساتھ رعایت کر دی ہے اور مجھے معلوم ہے کہ آپ بھی میرے ساتھ رعایت کریں گے۔“
خلوص

جاپان کے لوگ تاریخی اسباب کی بنا پر یہ تجربہ نہیں رکھتے کہ خود اپنے مقاصد یا دوسروں کے ساتھ اپنے تعلق کا معروضی انداز میں تجزیہ کر سکیں۔ ہم جاپانی اکثر بڑی سختی کے ساتھ ناقابل عمل مطالبات پر اصرار کرتے ہیں یا اس کے برعکس غیر ضروری طور پر رعایتیں دے دیتے ہیں۔ خاص طور پر جب اجنبی لوگوں کے ساتھ کاروباری بات چیت چل رہی ہو تو بہت سے جاپانی معروضی طور پر ان کی طاقت، ان کی کمزوری اور ان کے مقاصد کو سمجھنے میں ناکام ہوتے ہیں چنانچہ بنیادی رویہ یہ ہوتا ہے کہ خود کو مخلص (Seijetsu) کے طور پر پیش کریں۔ یہ ایک حکمت عملی ہوتی ہے کہ معاملہ کرنے والا شخص کوئی خود غرضانہ مقاصد نہیں رکھتا اور یہ کہ آپ کے ارادے بھی نیک ہیں اور دونوں فریق ایک دوسرے کا فائدہ چاہتے ہوئے اس منصوبے یا سمجھوتے میں مخلص ہیں۔ جاپانی زبان کا یہ لفظ سہیو (Seijetsu) اور اس کا ہم معنی لفظ جو اکثر استعمال ہوتا ہے ماکوٹو (Makoto)، دونوں ”دیانت“، ”اخلاص“ اور ”صاف دلی“ کے لئے برتے جاتے ہیں۔ یہ الفاظ بدھ کی ذہنی افتاد کی ترجمانی کرتے ہیں، ان میں کوئی ذاتی انایا خود غرضانہ مقصد شامل نہیں ہوتا اور یہ الفاظ اپنے معنی میں پانی کی طرح شفاف ہیں۔ دراصل ”سہیو“ ایک انتہائی داخلی اور اپنے دل کو تسکین پہنچانے کا طریقہ ہے۔ اب سوال یہ ہے کہ اگر دونوں فریق کوئی ”خود غرضانہ مقاصد“ نہیں رکھتے تو پھر سودے بازی کرنے کے لئے کیا رہ گیا ہے؟ لیکن جاپانی اپنے معمول کے انداز میں یقین رکھتے ہیں کہ اگر انہوں نے کسی مسئلہ پر ”خلوص“ کے ساتھ بات

چیت کی تو دوسرا فریق ان کے ”خلوص“ کو پالے گا اور اس کا جواب اثبات میں دے گا۔ جاپانی اکثر اوقات احتیاط کے ساتھ سودے بازی کا منصوبہ نہیں بناتے اور یہ سمجھنے میں ناکام رہتے ہیں کہ کاروباری بات چیت بھی ایک طرح کا کھیل ہوتا ہے۔ اس کی بجائے ہم ”خلوص“ پر مبنی رویے کا اظہار کرتے ہیں اور یہ دکھاتے ہیں کہ ”ہم فریب اور بدنیتی سے پاک ہیں“۔ لیکن جب دوسرا فریق ہمارا جواب اسی مثبت انداز میں نہیں دیتا یا منصوبہ ناکام ہو جاتا ہے، جیسا کہ اکثر ہوتا ہے تو ہم شکستہ حال جاپانی اپنے آپ سے سوال کرتے ہیں کہ ”میں تو بڑا مخلص تھا، پھر ناکام کیوں ہو گیا؟“ ہمیں وا (Wa) اور ما کوٹو (Makoto) جیسے الفاظ کو نعرہوں کے طور پر استعمال کرنا اچھا لگتا ہے۔ بیشتر کمپنیوں اور نجی رہائشی مکانات میں بھی یہ اہتمام دیکھنے میں آتا ہے کہ مذکورہ دونوں الفاظ کے حروف نفس کتابت میں دیواروں پر آویزاں ہوتے ہیں اور ”ما کوٹو“ کا لفظ تو شہنشاہ میجی کے اس فرمان شاہی (مطابق 1882ء) کا بنیادی نکتہ تھا، جس میں انہوں نے سپاہیوں اور ملاحوں سے خطاب کیا تھا، یہ لفظ روایتی اقدار تک رسائی کا ایک دلکش ذریعہ ہے۔ شاہی خطاب میں سپاہیوں کے لئے پانچ لازمی خوبیاں درج ہیں۔ وفاداری، احترام، شجاعت، اخلاص اور سادگی۔ ”ما کوٹو“ میں یہ ساری خوبیاں چھن کر آگئی ہیں۔

”سپاہیوں اور ملاحوں پر لازم ہے کہ ان پانچوں خصوصیات کو ایک پل کے لئے بھی فراموش نہ کریں۔ ان خوبیوں پر عمل کرنے کے لئے خلوص کی ضرورت ہے، جو نہایت اہم ہے۔ یہ پانچوں خصوصیات ہمارے سپاہیوں اور ملاحوں کی روح میں شامل ہیں اور خلوص ان خصوصیات کی روح ہے۔ اگر دل میں خلوص نہیں ہوگا تو الفاظ اور اعمال جیسے کتنے ہی اچھے ہوں گے اور ان سے کچھ حاصل نہ ہوگا، اگر دل میں خلوص ہو تو سب کچھ حاصل کیا جاسکتا ہے^(۱)۔

وہ شخص جو ”ما کوٹو“ سے بہرہ مند ہو، اس میں اخلاق کی پختگی آ جاتی ہے۔ جن میں

(۱) ما کوٹو اور سیکو کنفیوشس کے درس اخلاق کا حصہ ہیں۔ کنفیوشس کی تعلیمات جاپان میں آئیو جنسائی (۱۷۰۵ء-۱۶۲۷ء) کے افکار کی بدولت مقبول ہوئیں۔ آئیو جنسائی (Itoginsai) نے معروضی فکر یعنی منطق، داخلی احساسات کی تہذیب ”ما کوٹو“ میں شامل صفات پر بہت زور دیا تھا۔

یہ صفت نہیں ہوتی یا کم ہوتی ہے، وہ احساس گناہ میں مبتلا رہتے ہیں لیکن یہی خوبی جب انفرادی سطح سے نکل کر سفارت کاری یا بین الاقوامی تجارت کے شعبے میں استعمال ہوتی ہے تو انتہا درجہ کی خود پسندی اور اپنے موقف پر غیر معمولی یقین کا وسیلہ بن جاتی ہے جس سے دوسرے لوگ پریشان اور آزرده ہو جاتے ہیں اور وہی خوبی الٹی پڑ جاتی ہے۔ پروفیسر ساگا راٹورو، ٹوکیو یونیورسٹی میں کئی سال تک جاپانی اخلاقیات کی تاریخ پڑھاتے رہے۔ انہوں نے اپنی تصنیف ”جاپانی اقدار“ میں لکھا ہے کہ فی زمانہ جاپانیوں کے پیش نظر سب سے بڑا کام یہ ہونا چاہئے کہ اپنی خود پسندی کے خول سے نجات حاصل کریں، جو سنجیٹو کے تصور اخلاق سے پیدا ہوئی ہے۔

پورے پورے کنبے کی خودکشی جس میں کبھی ایک اور کبھی دونوں ماں باپ بچوں سمیت خود کو قتل کر دیتے ہیں، جاپان میں خاصی عام ہے، حالانکہ ایشیا کے ممالک اور مغرب میں شاذ ہی کبھی ایسا ہوتا ہو۔ یہ حیران کن عمل کیا جواز رکھتا ہے، اس کا جواب شاید سنجیٹو کی اخلاقیات میں مل جائے۔ پروفیسر ساگا را کے بقول کنبہ جاتی خودکشی جاپان میں محض اس لئے قابل قبول نہیں کہ جاپانی شدید مالی بحران سے گھبرا کر یا جذباتی ہیجان میں مبتلا ہو کر خاندان کے افراد کو ختم کر دینا جائز سمجھتے ہیں، بلکہ ایسے والدین جو اپنے بچوں سے شدید محبت کرتے ہیں اس بات کو جائز سمجھتے ہیں کہ انہیں آئندہ کے عذاب سے بچالیں، اور انہیں مشکلات کا سامنا نہ کرنا پڑے۔ اگر اس معاشرے میں رہنے کے لئے سنجیٹو کے داخلی احساسات ہی کافی ہیں تو پروفیسر ساگا را کے بقول زندگی بہت آسان ہے اور ہمیں دوسرے ملکوں سے کچھ بھی سیکھنے کی ضرورت نہیں۔

سنجیٹو کے معنی ہیں، نیک ارادوں سے وفاداری اور اس پر ثابت قدمی۔ 1985ء میں ایک جاپانی عورت نے جو کیلیفورنیا میں رہتی تھی اپنے شوہر کی بے وفائی کی بنا پر، اپنے دو بچوں سمیت خود کو پانی میں ڈبو کر خودکشی کی کوشش کی۔ بچے تو مر گئے لیکن عورت کو بچا لیا گیا۔ حالانکہ شروع میں اس کے خلاف اقدام قتل کا مقدمہ درج کیا گیا، لیکن امریکیوں نے بعد میں فیصلہ کیا کہ عورت کا وہ فعل اس کے خاص ثقافتی پس منظر سے تعلق رکھتا تھا، چنانچہ مقدمہ قتل کو رضا کارانہ ہلاکت میں تبدیل کر دیا گیا۔ ماکاٹو (پانچ اعلیٰ اخلاقی صفات) کے حوالے سے، کہ ناقابل برداشت حالات میں مرجانا ہی بہتر ہے، عورت کے احساسات

امریکی وکلا اور جج صاحبان کی سمجھ میں آ گئے تھے۔

نیا واشی کی مقبولیت

سجیسو اور ماکوٹو کے برعکس نیا واشی وہ طرز عمل ہے، جیسے دنیا میں ہر جگہ اختیار اور استعمال کیا جاسکتا ہے۔ امریکیوں نے حال ہی میں اس کی افادیت کا اندازہ کر لیا ہے اور اسے بین الثقافتی مذاکرات کے سلسلے میں مفید پایا ہے۔ کسی بین الاقوامی کانفرنس میں جب ایک مرحلے پر بات چیت رک جاتی ہے تو اکثر اوقات ایک مختصر وقفے کا اعلان کیا جاتا ہے۔ فریقین مذاکرات کی میز سے دور آپس کے مشورے سے ایک نکتے پر پہنچ جاتے ہیں اور مفاہمت پیدا ہو جاتی ہے۔ اس کے بعد وہ اجلاس کی رسمی کارروائی کے لئے مذاکرات کی میز پر واپس آ جاتے ہیں اور معاہدہ خوش اسلوبی سے طے ہو جاتا ہے۔

دوسرے ملکوں میں بھی نیا واشی سے ملے جلتے الفاظ موجود ہیں۔ انگریزی زبان میں اسے لابی بنانا یا ”لابی انگ“ کہتے ہیں۔ فلپائن کی زبان میں ”بارنکائی“ اور انڈونیشی زبان میں ”مشاورہ“ بولتے ہیں (اردو میں مشاورت مستعمل ہے) لیکن ان میں سے ہر لفظ اپنے مفہوم میں نیا واشی سے قدرے الگ ہے۔ ”لابی انگ“ میں بہت اہم مقاصد پوشیدہ ہوتے ہیں۔ ”نیا واشی“ میں، گفتگو کا عمل ہی اصل مقصود ہوتا ہے۔ ہر شخص کو یہ اطمینان حاصل ہوتا ہے کہ اس نے پس پردہ گفتگو میں شرکت کی۔ یہاں تک کہ آخری فیصلے کے وقت اگر کچھ شرکاء موجود نہ ہوں تو بھی ہر شخص محسوس کرتا ہے کہ ”ترقی کے مراحل میں مجھے برابر باخبر رکھا گیا تھا“۔ کسی کو یہ شکوہ نہیں ہوتا کہ مجھے نظر انداز کر دیا گیا تھا۔

شہنشاہ ہیرو ہیٹو جب 1975ء میں امریکہ کے دوسرے پر گئے تو اس سے پہلے نیوز ویک میگزین کے ٹوکیو بیورو کے سابق سربراہ برنڈ کرشر نے شہنشاہ سے تنہا انٹرویو کیا۔ کرشر نے لکھا ہے کہ اس انٹرویو کی تفصیل طے کرنے میں انہیں پورا ایک سال لگ گیا۔ کئی مہینے تک تو وہ درمیانہ سطح کے افسروں سے جن کی کل تعداد 50 تھی ملاقات کرتے رہے۔ کرشر نے اس انٹرویو کی غایت بیان کی، ان سے درخواست کی کہ اس معاملہ کو صیغہ راز میں رکھا جائے اور یہ بھی کہا کہ یہ درخواست جب رائے دہی کے لئے ان کے پاس آئے گی تو وہ اسے رد نہیں کریں گے۔ کرشر کے بیان کے مطابق جاپانیوں کے ساتھ

معاملات طے کرنے میں کامیابی کے لئے ضروری ہے کہ آپ کا رویہ لچک دار ہو اور دوسرے فریق کے مرتبے اور صورت حالات کو بھی مد نظر رکھیں۔ وقت کا لحاظ رکھنا بھی بہت ضروری ہے۔ اس کے لئے مناسب موقع کا انتظار کرنا چاہئے۔ کرشر کا خیال ہے کہ جاپانی کسی معاملہ پر بھرپور طریقے سے سوچ بچار کئے بغیر بھی متفقہ رائے معلوم کر لیتے ہیں۔ اس نے مزید کہا کہ یہاں ایک کھیل ہارا گائی (Haragei) ہے، اس میں یہ ہوتا ہے کہ صاف اور صریح بیانات کے بغیر بھی ایک شخص، دوسرے کے ذہن کو پڑھ لیتا ہے اور اس کے ساتھ ایک مفاہمت پیدا کر لیتا ہے، چنانچہ اس ہنر کے بھی بہت سے فائدے ہیں۔ جب ہر شخص دوسرے شخص کے ارادے کو سمجھ لیتا ہے تو آپس کا رابطہ آسان ہو جاتا ہے۔ کرشر کے بقول اگرچہ جاپانیوں کے بہت سخت اصول نہیں ہیں، لیکن ان میں ایک انانیت تو ہے، ایک ذاتی داخلی احساس، نخوت آمیز، جسے نظر انداز کرنا خطرناک ہو سکتا ہے۔

اس کے مقابلے میں سلاواک (مشرقی یورپ، روس، پولینڈ، چیکو سلواکیہ اور نواحی ممالک) کے باشندے، پروفیسر ہال کے بقول کانفرنس کی سرکاری کارروائی سے الگ غیر رسمی بات چیت کو مسک کی نظروں سے دیکھتے ہیں اور اس طرح کے رابطے سے پریشانی میں مبتلا ہو جاتے ہیں۔ سلاواک اقوام کے یہاں ایک اجلاس الفاظ کا میدان جنگ ہوتا ہے، جہاں مذاکرات کرنے والے بڑی شدت کے ساتھ اپنے اپنے موقف کی وکالت کرتے ہیں اور مفادات اور مراعات کا خود کو جائز حق ثابت کرتے ہیں۔ بہت سے تجربہ کار مغربی مدیروں کو بھی روس کے ساتھ مذاکرات کرنے میں شدید دشواریوں کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ روسی حکام جو خود کبھی نہیں تھکتے، بحث و مباحثے کو اتنا طول دیتے ہیں کہ دوسرا فریق تھک کر نڈھال ہو جاتا ہے۔ ایسا معلوم ہوتا ہے کہ وہ الفاظ کے لین دین میں دانستہ پیچ ڈال دیتے ہیں۔ قومیں جس طرح مذاکرات کرتی ہیں اور ان سے جو امیدیں لگاتی ہیں، اس سے ان کے ثقافتی ماحول اور تاریخی پس منظر کا پتہ چلتا ہے۔

جاپان میں کاروبار کا معمول یہ ہے کہ تجارتی لین دین میں دوسرے فریق کے احساسات کو بھانپ لیتے ہیں۔ ایسا بالعموم اس وقت ممکن ہوتا ہے جب دونوں فریق جاپانی اور ایک دوسرے کے مزاج آشنا ہوں۔ مغرب کا طریقہ ہے کہ جب کوئی ریستوران کاروبار کے لئے بند ہو تو دروازے پر پاکھڑکی میں ”بند ہے“ کی تختی لگا دیں گے۔ جاپان

میں دروازے پر یہ عبارت لکھی ہوگی (Junbichu)۔ ”کاروبار کی تیاری ہو رہی ہے۔“ مغرب کا اعلان تو انتظامیہ کی طرف سے ہے اور ایک طرفہ ہے۔ دوسرے اعلان میں گاہکوں کے لئے یہ وعدہ ہے کہ کھانا تیار کر لیا جائے گا اور یہ کہ انہیں جو مایوسی ہوئی اس کا اور ان کے بھوکے رہ جانے کا انتظامیہ کو احساس ہے۔ بعض جاپانی ریستورانوں کے مالک جنہیں اپنے گاہکوں کا کچھ زیادہ ہی خیال رہتا ہے اس مضمون کی عبارت لکھواتے ہیں ”جناب (کچھ دیر انتظار کیجئے)۔“

زبان، کاروباری لین دین کا انداز متعین کرتی ہے۔ یہاں ایک تقابل جاپان اور جنوبی کوریا کے دکانداروں کے سلسلے میں پیش کیا جاتا ہے کہ وہ اپنے گاہکوں کے ساتھ پہلی ملاقات میں کس طرح پیش آتے ہیں۔ ایک خریدار کسی چھوٹے سے اسٹور میں داخل ہوتا ہے، یہ دیکھ کر کہ آس پاس سودا بیچنے والا کوئی نہیں، وہ قدرے بلند آواز میں پوچھتا ہے ”یہاں کوئی ہے؟“ دکاندار اسٹور کی عقبی کوٹھری سے جو اس کی رہائش گاہ ہے، لپک کر باہر آتا ہے اور کہتا ہے ”میں اپنی دکان میں آپ کو خوش آمدید کہتا ہوں۔ بتائیے، میں کون سی چیز دکھاؤ؟“ یہ دکاندار ایک جاپانی ہے، جنوبی کوریا میں دکاندار، گاہک کے آواز دینے پر کہے گا ”جی، میں یہاں ہوں۔“ گاہک کے سوال کا یہ بالکل منطقی جواب ہوگا، لیکن جاپانی دکاندار کے خیر مقدمی الفاظ کا، منطق سے کوئی تعلق نہیں۔ اس کے جواب میں گرم جوشی ہے، نرمی ہے اور خدمت بجالانے کی خواہش ہے۔ اس جواب سے گاہک کو اپنی اہمیت کا احساس ہوتا ہے۔

جاپان میں تنظیموں اور افراد کے درمیان مذاکرات کے دوران میں دونوں طرف سے یہ کوشش ہوتی ہے کہ دوسرے فریق کے احساسات کا اندازہ کریں اور اس کا مثبت جواب دیں۔ ایسے لوگ جو دوسرے افراد کی ضرورتوں اور مقاصد کو فوراً سمجھ لیں، وہ آپس میں دوست بن جاتے ہیں جو شخص برادرانہ احساس سے عاری ہو اسے قریبی دوستوں کے دائرے سے باہر رکھا جاتا ہے۔ جاپان کے لوگ اپنے درمیان بھی چھوٹے چھوٹے فکروں سے ہی یہ جان لیتے ہیں کہ دوسرے فریق کے اندر کتنی اپنائیت ہے اور کیا اس سے یگانگت کا رشتہ جوڑا جاسکتا ہے۔ پھر تعلیم، منصب، سماجی پس منظر اور سیاسی خیالات کے بارے میں ایک دوسرے کے درمیان تیزی سے تبادلہ ہو جاتا ہے۔ جب مشترکہ حیثیت کا

تعیین ہو جائے تو دونوں فریق سمجھ لیتے ہیں کہ وقت گزرنے کے ساتھ ان کے درمیان مزید مفاہمت اور قربت پیدا ہو جائے گی، اس احساس کے بعد اگر ان کے درمیان شدید قسم کی مسابقت بھی موجود ہو تو وہ ایک دوسرے کے خلاف بے رحمانہ سلوک نہیں کریں گے۔

دونوں فریق امداد باہمی کا رشتہ استوار کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر جب دو کاروباری لوگ کوئی سودا طے کر رہے ہوں تو اپنی اپنی جگہ دونوں ایک دوسرے کی پوزیشن کا پہلے سے اندازہ لگائیں گے اور کوئی ایسا نرخ سوچ لیں گے جو دونوں کے لئے فائدہ مند ہو۔ معاشیات کے مضمون پر مغربی ممالک کی کتابوں سے معلوم ہوتا ہے کہ یورپ اور امریکہ کے تاجروں کی حکمت عملی اس سے مختلف ہے، وہ قیمتوں کو اوپر نیچے اس طرح لے جاتے ہیں کہ خود ان کے لیے منافع زیادہ سے زیادہ اور دوسرے فریق کے لئے اس کی شرح کم سے کم ہو۔ طلب و رسد کا قانون، ان کا اپنا بنیادی نمونہ ہے، کاروبار اس نمونے پر چلتا ہے۔ مغربی اداروں کے اعلیٰ عہدیدار اکثر کہتے ہیں کہ جاپانیوں کا طریقہ دراصل ان کی ملی بھگت ہوتی ہے۔ وہ سمجھتے ہیں کہ ”ملی بھگت“ والا معاہدہ غلط ہے، کیونکہ جب الگ الگ اور ایک دوسرے سے مختلف دو پارٹیاں آمنے سامنے ہوں تو انہیں اپنے زیادہ سے زیادہ فائدے پر زور ڈالنا چاہئے۔ دراصل یہ انفرادیت پسندی پر مبنی ایک مخصوص ذہن ہے، لیکن جاپانیوں میں اجتماعی شناخت کا احساس پایا جاتا ہے، اس کے برعکس مغربی طریقے میں دوسرے فریق کے لئے کوئی مروت نہیں ہوتی۔ جاپان کے کاروباری ادارے آنے والے وقت کے بارے میں پہلے سے سوچ لیتے ہیں اور کسی بڑی آفت کا اندیشہ ہو تو اسے بھانپ لیتے ہیں۔ ادارے کے ارکان یہ تجزیہ کر لیتے ہیں کہ مثلاً ایک منصوبے کو کہاں تک آگے بڑھایا جاسکتا ہے۔ اگر اسے بہت آگے تک لے جائیں یا تیز رفتاری سے لے کر چلیں تو ممکن ہے اس سے دوسرے فریق ناراض ہو جائیں۔ منصوبے کو انسانی ماحول کے مطابق ہونا چاہئے۔ کسی اجلاس میں دوسرے رفیق یکجا ہوں تو خاص احتیاط برتی جاتی ہے کہ کہیں کوئی ایسی بات نہ ہو جو دوسروں کے لئے خفت کا سبب بن جائے۔ جب کوئی شخص جس نے خود کو انسانی ماحول سے ہم آہنگ کر لیا ہو، کسی تجویز کے پہلے تین بنیادی نکات کے بارے میں سن لیتا ہے تو اب اسے اگلے سات نکات کے بارے میں معلوم ہو جانا چاہئے۔ پیش بینی کی اس صلاحیت کو ترقی دیتے ہوئے، اکثر اوقات کاروباری ادارے ہوشیاری سے کام لے کر

مسائل سے بچ جاتے ہیں یا مسائل کو تیزی سے حل کر سکتے ہیں۔

روزمرہ کی ایک مثال سے میرے بیان کی وضاحت ہوگی۔ ایک تنگ گلی میں دو ٹرک آمنے سامنے آ کر کھڑے ہو جاتے ہیں۔ ڈرائیوروں کا خیال ہے کہ ایک دوسرے کی گاڑیوں کو خراش لگائے بغیر وہ سامنے سے گزر سکتے ہیں۔ دونوں ٹرکوں کے ڈرائیور اپنی گاڑیوں سامنے سے آنے والی گاڑی سے بچا کر آہستہ آہستہ آگے بڑھ رہے ہیں، ان کی آنکھیں مل رہی ہیں، لیکن نہ ان میں سے کوئی بولتا ہے اور نہ ہاتھ سے اشارہ کرتا ہے۔ ہر ایک، دوسرے کے ٹرک کی حرکت کے مطابق اسٹیئرنگ گھماتا ہے۔ پہلے ایک آگے بڑھتا ہے، پھر دوسرا۔ ہر ڈرائیور، مقابل کے ڈرائیور کے رد عمل پر نظریں جمائے، اسٹیئرنگ کو حرکت دیتا ہے۔

تنگ سڑکوں اور گلیوں سے گزرنا ایسی ہوشیاری کا کام ہے جس کی تربیت یہاں کے سبھی ٹرک ڈرائیور اور مال بردار گاڑیوں والے حاصل کرتے ہیں۔ یورپ، شمالی امریکہ اور ایشیا میں بھی اپنے سفر کے دوران ہم نے اس خاموش پیغام رسانی کی کوئی مثال نہیں دیکھی۔ حیرت کی بات یہ ہے کہ ان ملکوں میں بھی، جو اپنے منطقی انداز اور اظہار کی صفائی کے لئے مشہور ہیں، ڈرائیور سمجھوتہ کرنے میں خام ہوتے ہیں۔ جاپان کے ٹرک ڈرائیور اطمینان سے اپنے وہ ٹرک چلاتے ہیں، جن پر چوٹ کا نشان نہیں ہوتا اور یہ سب کچھ وہ منہ سے کچھ بولے بغیر کر لیتے ہیں۔ اس کا ایک تجربہ مجھے ہندوستان کے سفر میں ہوا وہاں میں نے ایک پہاڑی سڑک پر ایک بس اور کار کے ڈرائیوروں کے درمیان محاذ آرائی کی کیفیت دیکھی۔ اگر بس ڈرائیور اپنی گاری کو ذرا سائبائیں طرف لے جاتا تو کار کو آسانی سے گزرنے کا راستہ مل جاتا، ورنہ چٹان کے دہانے سے پھسلنے کا خطرہ موجود تھا۔ لیکن بس کے ڈرائیور نے سائبائیں طرف سرکنے سے انکار کر دیا۔ کار کا ڈرائیور باہر آ گیا، اب اس کے اور بس ڈرائیور کے درمیان تکرار شروع ہو گئی۔ بالآخر بس ڈرائیور نے خاصی جھک جھک کے بعد ذرا سا راستہ دے دیا اور کار گزر گئی لیکن اس کے لئے طویل مذاکرات کی ضرورت پڑی۔

ہندوستان کے لوگ بڑے منطقی اور جرح و بحث کرنے کے عادی ہوتے ہیں۔ علم کے طور پر منطق کا مطالعہ یورپ سے بہت پہلے ہندوستان میں شروع ہو چکا تھا اور اس نے

خاصی ترقی کر لی تھی۔ ایسی عالمانہ روایت جاپان میں کبھی نہیں تھی۔ آئیے، اب اجلاس کے موضوع کی طرف آتے ہیں۔ جاپان میں نیا واشی کا عمل لازمی ہے۔ اصل اجلاس ثانوی ہوتا ہے لیکن پھر اجلاس کرنے کا فائدہ ہی کیا؟

انتظامیہ کے موضوع پر جیسا کہ درسی کتابوں میں لکھا ہے، تمام اداروں کو اپنے وجود کی سلامتی کے لئے (۱) وہ مقصد حاصل کرنا چاہئے جس کے لئے وہ ادارہ قائم کیا گیا اور (۲) اپنے ارکان کو ادارے کے معاملات میں شرکت کا احساس دینا چاہئے۔ لہذا اجلاس منعقد کرنے سے، اس کے شرکاء کے خیالات معلوم ہوتے ہیں۔ ان سے اطلاعات ملتی ہیں، اس طرح ایک مجموعی رائے وضع کرنے کا موقع ملتا ہے اور ادارے کے مقاصد حاصل کرنے میں مدد ملتی ہے چونکہ اجلاس میں بہت سے لوگ شریک ہوتے ہیں، اس لئے لوگوں میں موثر طور پر عمل کی تحریک پیدا ہوتی ہے اور اجلاس کا طریقہ کار آدھ ثابت ہوتا ہے۔ تاہم اگر کسی ادارے کے پاس اطلاعات کے حصول اور ملازموں کو معاملات میں شریک کرنے کا کوئی اور بہتر طریقہ موجود ہو تو اجلاس منعقد کرنا اتنا ضروری بھی نہیں ہوتا۔ جاپان کی کمپنیوں اور حکومت کے پاس رابطہ برقرار رکھنے اور فیصلے کرنے کے متنوع طریقے موجود ہیں جو رسی اجلاس کی بہت سی ضرورتیں پوری کرتے ہیں۔ انہی میں ایک طریقہ نیا واشی کا ہے، یعنی کام کی جگہ پر عملے کے ارکان کے ساتھ گروپ کی صورت میں بات چیت کرنا، پیداواری کام کے معیار پر نظر رکھنا اور رسی اجلاس بلانا۔ حالانکہ ’رنگی‘ (ringi) کا طریقہ اب کم استعمال ہوتا ہے، لیکن رابطے اور باہمی بات چیت کا ایک طریقہ یہ بھی ہے۔ اس میں یہ ہوتا ہے کہ ایک ماتحت ملازم یا عہدیدار ایک تجویز کا مسودہ تیار کرتا ہے اور متعلقہ لوگوں کے درمیان اسے تقسیم کرتا ہے۔ اگر حکام بالا اس تجویز سے متفق ہوں تو مسودہ پر اپنی مہر لگا کر اس کی توثیق کر دیتے ہیں۔ یہ طریقہ بھی کم و بیش ایک اجلاس منعقد کرنے کے برابر ہے۔ تاہم کارپوریشنیں اور دوسری تنظیمیں یہ بتاتی ہیں کہ اجلاسوں کی تعداد بڑھ رہی ہے اور بہت سے لوگوں کو دیکھا گیا ہے کہ کس طرح کی کانفرنس یا اجلاس میں مصروف رہتے ہیں۔ سوال یہ ہے کہ اتنی زیادہ میٹنگیں کیوں ہوتی ہیں؟ اس کی ایک وجہ تو یہ ہے کہ بعض تنظیمیں بہت پھیل گئی ہیں۔ ان کی کمیٹیوں اور ٹاسک فورسوں (فوری عمل درآمد کرنے والے دستوں) کو دیکھ کر تنظیموں کی رفتار ترقی کا اندازہ ہوتا ہے۔ دوسرے سبب مغرب کا اثر بھی ہے۔ اب یہ

خیال دور تک پھیلتا جا رہا ہے کہ ایک اجلاس میں بیٹھ کر فیصلہ کرنا گروپ کے اندر فیصلہ کرنے کی طرف پہلا قدم ہے۔ یہ درست ہے کہ نیا دوشی کے ذریعے یا دوسرے طریقوں کی مدد سے غیر رسمی طور پر عام کارکنوں کی رائے معلوم ہو چکی ہوتی ہے، لیکن ایک اجلاس بلا کر رسمی طور پر اس کی توثیق ضروری ہو جاتی ہے۔ بہت سی کمپنیوں میں عام حصہ داروں اور ڈائریکٹر صاحبان کے بورڈ کے اجلاس محض رسمی ہوتے ہیں، لیکن یہ اجلاس قانونی ضرورت کے تحت کئے جاتے ہیں، حالانکہ اس بارے میں فیصلے تو پہلے ہی کہیں اور ہو چکے ہوتے ہیں۔ یہ سب سچ سہی، لیکن اجلاس ناگزیر ہوتے ہیں، اس سے ایک ضروری عمل کی تکمیل ہوتی ہے۔

ہیئت اور مواد

تمام معاشرے نہایت چابکدستی کے ساتھ ہیئت اور متن کے درمیان کم یا بیش فرق ضرور کرتے ہیں۔ ایک قول ہے ”کہنا ایک بات ہے، عمل کرنا دوسری بات“۔ یہ انگریزی محاورہ میں نے مڈل اسکول میں پڑھا تھا۔ اس سے پتہ چلتا ہے کہ زبانی اقرار اور اس پر عمل کے درمیان فاصلہ دنیا میں ہر جگہ پایا جاتا ہے۔ لیکن جاپان کے معاشرے میں ”آئیڈیل“ اور ”اصل“ کی تقسیم خاص طور پر بہت عام ہے۔ ایک طرف ٹامیماے (Tatamae) ہے، جسے کہتے ہیں سطح پر نظر آنے والے منظر، اور رسمی، ظاہری کیفیت کا اظہار۔ تقریباتی، جس پر منصب کی چھاپ لگی ہو۔ اس کے دوسرے طرف ”ہونے“ (Honne) ہے یعنی وہ جو سطح کے نیچے ہیں، جو نجی اور غیر رسمی ہے، جس میں گرمجوشی ہے، قربت ہے، دوسری ہے اور سب کے لئے فلاح کی خواہش ہے۔

ایک اور تقسیم ”سورون“ (Soron) یعنی عام اصولوں اور ان کے نفاذ کے درمیان ہے۔ جسے کورون (Kuron) کہتے ہیں۔ مثال کے طور پر 1980ء کی دہائی کے ابتدائی زمانے میں ہر شخص اس بات سے متفق تھا کہ جاپان کی حکومت میں انتظامی اصلاحات ہونی چاہئیں۔ (وہی ”سورون“) لیکن بہتوں نے خاص طرح کی تبدیلیوں کا مطالبہ کیا جب کہ ان کے مخصوص مفادات کو خطرات درپیش تھے۔ جاپان کے لوگ ”اوموٹے“ (Omote) کی اصطلاح میں سوچتے ہیں جس معنی ظاہری کے ہیں، جو کچھ دکھایا جائے یا جو کچھ دوسروں سے کہا جائے یعنی آئیڈیل اور دوسری طرف ”اورا“ (Ura)

ہے (اندرون یا پس پردہ) اصل کے مقابلے میں کمتر اور تشنہ۔ ہم اس طرح کی تفریق کو فطری قانون کے مطابق سمجھتے ہیں۔ علاوہ ازیں چونکہ ہم شناسائی کی اعلیٰ ترین سطح پر رہتے ہیں اس لئے عام طور پر ہر شخص جانتا ہے کہ کوئی سی بات قبول کی جانی چاہئے۔ کیا کہنے والے کے الفاظ بعینہ مان لئے جائیں یا انہیں کفایت سے تسلیم کیا جائے۔

جاپان کے لوگ ”ٹائیما“ اور ”ہونی“ کے الگ الگ تصورات پر کیوں اس قدر کار بند ہوتے ہیں؟ آخر ایسا کیوں ہے کہ ہم ہیئت اور مواد کے درمیان آگے پیچھے ہوتے رہتے ہیں؟ دراصل یہاں اختلاف اس وقت پیدا ہوتا ہے جب روایات اور معمول کی جدید اقدار یا طرز عمل کے درمیان تصادم ہوتا ہے۔ ایک ملک ہے جس کی صدیوں پرانی اخلاقی روایات ہیں اور آداب و رسوم ہیں۔ اب اس پر باہر سے دباؤ پڑتا ہے کہ ماضی سے مختلف اقدار کو قبول کرو۔ جیسا کہ انیسویں صدی میں جاپان پر مغرب کا دباؤ پڑا، اور اس ملک کے باشندے اپنے دیسی معمولات اور جدید تصورات کے درمیان پھنس گئے۔ اب ان پر لازم آیا کہ وہ مغرب کی اقدار (انسان دوستی اور انفرادی حقوق) دکھاوے کے لئے سہی، لیکن تسلیم کریں، کیونکہ اس کے بغیر جاپان کو ایک جدید ریاست نہیں مانا جائے گا، اس کے ساتھ ہی ان پر واجب تھا کہ اپنی روزمرہ زندگی میں روایتی آداب و معمولات کو بھی برقرار رکھیں۔ اب چونکہ وہ ایک اچھے جاپانی بھی بنے رہنا چاہتے ہیں اور اس کے ساتھ ہی ایک روشن خیال اور جدید مرد یا خاتون بھی ہیں، لہذا ان کی یہ کوشش ہوتی ہے کہ دونوں ضابطوں سے ایک وقت انصاف کریں اور دونوں سے سچے بنے رہیں۔

دوسرا فریق..... منجی کائی

کاروباری مراسلت اور فیصلہ کرنے کا عمل، بلاشبہ محض سرکاری اجلاس تک محدود نہیں۔ سماجی اجتماعات میں لوگوں کو کام کے بوجھ سے نجات کی صورت بھی میسر آ جاتی ہے۔ ایسے مواقع پر دوستیاں بڑھتی ہیں اور حوصلے بلند ہوتے ہیں۔ جاپان میں سرکاری اجلاس کے بعد ایک ضیافت ہوتی ہے جس میں لوگ بے تکلف ہو کر ملتے ہیں جیسا کہ تنظیم میں رابطہ پیدا کرنے کا طریقہ ہے بعد کے اجلاسوں میں اس بات کو یقینی بنایا جاتا ہے کہ نئی پالیسیوں پر کسی رکاوٹ کے بغیر عمل درآمد ہوگا۔ ان مواقع پر فیصلے کامل اتفاق رائے سے ہوتے ہیں،

محض اکثریتی دونوں سے نہیں۔

(۲) اگرچہ کسی رسمی اجلاس میں اعتراضات نہیں اٹھائے جاتے اور اختلاف ظاہر نہیں کیا جاتا، لیکن طریق کار کے فیصلے کی توثیق کے موقع پر ہمیشہ کچھ ارکان شدید نوعیت کے اعتراضات رکھتے ہیں، لیکن سب کے ساتھ فیصلے میں شرکت پر خود کو مجبور پاتے ہیں۔ اجلاس کے بعد جو پارٹی ہوتی ہے یا دوستوں کا اجتماع ہوتا ہے، گروپ کا قائد اس موقع پر ارکان کی ناراض اقلیت کی دل جوئی کر لیتا ہے۔ ایک چھوٹے سے کبیدہ خاطر ٹولے کی دل جوئی کی یہ کوشش سرکاری ضیافت کے بعد بالعموم دوسری پارٹی تک جاری رہتی ہے۔ یہ دوسری پارٹی ضروری ہوتی ہے کیونکہ پہلے موقع پر سرکاری عہدوں کی تفریق کا احساس باقی رہتا ہے۔ دوسرا مرحلہ زیادہ غیر رسمی ہوتا ہے۔ اس میں شرکاء کی تعداد نسبتاً کم ہوتی ہے۔ عہدے اور منصب کے تمام امتیازات اس وقت ختم ہو جاتے ہیں۔ اس ہلکے پھلکے ماحول میں صحیح رابطہ پیدا ہوتا ہے۔ ہر فرد کچھ کچھ نشے کی ترنگ میں ہوتا ہے اور بے تکلفی سے باتیں کرتا ہے۔ ایسی باتیں جو عام حالات میں کوئی شخص نہیں کہے گا۔ سرشاری کی اس کیفیت میں بے ساختہ کہا جاتا ہے جب ماحول ایسا بے تکلف ہو تو جاپان میں کھلی ڈلی باتیں کہنے سننے کی اجازت ہوتی ہے۔

ذمہ داری سے گریز

فیصلے کی غرض سے رسمی اجلاس بلانا جاپانیوں کو اس لئے گوارا نہیں کہ وہ تنہا اپنی ذات پر ذمہ داری لینے سے گریز کرتے ہیں۔ اور اس سے خوفزدہ رہتے ہیں۔ اب خواہ وہ کسی امتیازی کارنامے کے اعتراف کا موقع ہو یا ناکامی پر کسی کو مورد الزام ٹھہرانا، جاپانی لوگ کسی ایک فرد کو جواب دہی کا ذمہ دار قرار دیتے ہوئے بہت گھبراتے ہیں۔ یہاں پالیسیاں ایک پورا گروپ مل جل کر احتیاط سے بناتا ہے۔ پھر جب آخری فیصلہ ہو جائے تو اس پر اکثریتی ارکان کی منظوری حاصل کرنے کی بجائے تمام ارکان کی متفقہ تائید حاصل کی جاتی ہے۔

کسی رسمی اجلاس سے پہلے تمام شرکاء آپس میں مفاہمت پیدا کر لیتے ہیں۔ اس کے بعد متفقہ تائید اور تمام ارکان سے منظوری حاصل کی جاتی ہے۔ نتیجہ یہ کہ آخر میں جو بھی

حاصل ہو وہ ایک فرد کی بجائے تمام ارکان کی اجتماعی ذمہ داری ہوتی ہے۔ حتیٰ کہ اگر کسی اجلاس کی کارروائی کا سرکاری ریکارڈ رکھا جائے تو اس میں اس بات کی نشاندہی نہیں کی جاتی کہ گروپ کی کارروائی کا اصل محرک کون تھا۔

دوسری عالمی جنگ کے بعد جب قابض طاقتوں نے یہ جاننے کی کوشش کی کہ 1941ء میں امریکہ اور برطانیہ پر حملوں کا اصل حامی کون تھا تو تفتیش کرنے والوں کو معلوم ہوا کہ کلیدی اداروں میں کوئی ایک فرد حملوں کا پر جوش حمایتی نہیں تھا بلکہ اس کی محرک پورے گروپ کی متفقہ رائے تھی۔ تفتیش کے شرکاء نے بتایا کہ وہ فیصلہ ایک مبہم ہی کارروائی کا نتیجہ تھا اور اگرچہ ان میں سے ہر فرد ذاتی حیثیت میں کسی فوجی کارروائی کا حامی نہیں تھا، لیکن وہ یہ وضاحت کرنے میں ناکام رہے کہ پھر وہ سب کچھ کیسے ہو گیا۔ جرمنی اور اٹلی کے مضبوط قائدین اپنے اپنے ملکوں کو لے کر میدان جنگ میں اترے، لیکن ٹوکیو میں جنگی مجرموں کے خلاف مقدمے چلانے والے اس ایک شخص کی نشاندہی میں ناکام رہے جسے، جنگ شروع کرنے کا مجرم قرار دیا جاتا۔ اس کی وجہ یہ نہ تھی کہ جاپانیوں نے حقائق کو چھپا لیا تھا۔ اعلیٰ سول اور فوجی عہدیداروں نے جاپان کو جنگ میں جھونک دیا تھا اور یہ عمل ایک اجتماعی ذمہ داری کے طور پر انجام پذیر ہوا۔ جاپان کے معاشرے میں جو چیز تنظیموں کو حرکت میں لاتی ہے، وہ فرد کی خواہش نہیں ہوتی بلکہ ایک گروپ کا موڈ ہوتا ہے۔ کچھ اس طرح کہ چلو تم ادھر کو ہوا ہو جدھر کی، یا بھیڑ چال کا انداز۔

جاپان کے علاقہ ٹوکوگاوا میں جب کسانوں نے بغاوت کی تو انہوں نے اپنے اعلان نامہ پر دستخط اوپر سے نیچے، اپنے منصب کی اہمیت کے حساب سے یا حروف تہجی کی رعایت سے نہیں کئے، بلکہ درمیان سے دائرے کے انداز میں کئے تاکہ اگر ان کی دستاویز پکڑی جائے تو حکام یہ جاننے سے قاصر رہیں کہ باغیوں کا سرغنہ کون ہے۔ کسانوں کی بغاوت میں اصل قائد کوئی نہ تھے، کم سے کم مغربی انداز کے نہیں یعنی کرشمہ ساز قسم کے رہنما جنہوں نے زرعی بغاوتوں کی قیادت کی۔ تمام دیہاتیوں نے مل کر احتجاجی قدم اٹھایا۔ یہ اسی طرح کا اجتماعی فیصلہ تھا، جس طرح جاپان نے جنگ میں شرکت کے متعلق کیا۔

جب گروپ کا اجتماعی اور متفقہ فیصلہ ہو تو اس میں تمام شرکاء برابر ہوتے ہیں۔ یہ برابری کا شعور غالباً دھان کی کاشت کے زمانے میں پختہ ہوا۔ گاؤں کے لوگ فیصلہ کرنے

کے لئے پبلک جلسہ نہیں کرتے تھے بلکہ ہاتھ اٹھا کر فیصلے کر لیا کرتے تھے۔ ”جو حق میں ہوں، وہ اور جو خلاف ہوں، وہ“ اس طرح اکثریت کی رائے سے فیصلہ جو جایا کرتا تھا۔ دیہاتی پہلے تو چھوٹے چھوٹے گروپوں کی صورت میں فیصلے کرتے اور پھر ان خیالات کو یک جا کر کے ایک متفقہ فیصلہ عمل میں آتا۔ اس طرح درجہ بدرجہ شراکت کے عمل سے نہ کسی کے احساسات مجروح ہوتے اور نہ کوئی خفا ہوتا۔ علاوہ ازیں اگر کوئی بات غلط ہو جاتی تو کسی ایک فرد پر الزام عاید نہ ہوتا۔ (اور نہ کسی ایک فرد کے سر پر کامیابی کا سہرا باندھا جاتا)۔

قدیم جاپان میں گاؤں کے سرغنہ کسی کارروائی کی تائید میں ہر فرد سے تصدیق حاصل کرنے کے لئے نیاواشی کا طریقہ اختیار کرتے تھے۔ مورا (گاؤں) کے ارکان اچھی طرح سمجھتے تھے کہ ہمارے سربراہ برادری کی متفقہ رائے چاہتے ہیں، اس میں کوئی اختلاف نہ ہو، کسی دھڑے میں شکر رنجی نہ ہو۔ نیاواشی کے مرحلے میں اور اس کے بعد سرعام جلسوں میں بھی گاؤں کے لوگ اپنے خیالات کا اظہار اتنی شدت سے نہیں کرتے تھے جس سے تفرقہ پیدا ہونے کا ڈر ہو۔ وہ محاذ آرائی سے بچتے تھے۔ متحارب دھڑے بنا کر آپس میں الجھتے نہیں تھے اور اپنی اپنی رائے کا اظہار بڑی احتیاط سے باہمی رواداری کے ماحول میں کرتے تھے۔ ہوشیاری کے ساتھ عام لوگوں کے احساسات معلوم کئے جاتے۔ بات چیت تھوڑا تھوڑا کر کے آگے بڑھتی۔ کوئی فرد ایک ہی ساتھ اپنے سارے پتے نہیں کھولتا تھا۔ سربراہ کا کام یہ ہوتا تھا کہ ان نکات کو سامنے رکھے، جن پر سب متفق ہوتے۔ اس طرح جب اتفاق رائے پیدا ہو جاتا اور عمل کا راستہ خود نکل آتا تو یہ سارا عمل ہنسی خوشی اپنے انجام کو پہنچتا۔ تب سربراہی کرنے والا کہتا۔ ”شکر ہے کہ آپ سب کی کوشش سے آج اس معاملے میں ہم ایک سمجھوتے پر پہنچ گئے۔“ اس کے ساتھ ہی وہ سب کے سامنے احترام سے اپنا سر جھکا دیتا۔ وہاں شریک لوگ بھی اپنے سرخم کر دیتے اور کہتے ”آپ کا شکریہ کہ سارے کام خوش اسلوبی سے آپ کی بدولت ہو گئے۔“

جاپانی زبان کا ابہام بھی اس کا بڑا سرمایہ ہے، اس زبان میں جب بحث ہو رہی ہو تو اختلاف رائے الفاظ کے ابہام میں دب کر رہ جاتا ہے۔ وہ یہ کہ اپنی بات کے آخر میں ہم ”لیکن“ کا لفظ استعمال کرتے ہیں۔ وہ اس طرح کہ جب ہم کسی معاملے کی پیروی کرتے ہیں اور فوراً ایک اختلافی بات کہتے ہیں تو ساتھ ہی ”لیکن.....“ کہہ دیتے ہیں، اور دوسری

ہی سانس میں ایک مختلف موقف بھی پیش کر دیتے ہیں، مختصر یہ کہ ہر شخص معتدل زبان استعمال کرتا ہے اور ایک دوسرے موقف کی موجودگی کا بھی اقرار کرتا ہے (یوں کہتے ہیں کہ اپنے مخالف کے نقطہ نظر کو بھی تسلیم کرتا ہے)۔ گفت و شنید ایک وقت میں ایک انچ آگے بڑھتی ہے بالکل جس طرح فوجی ماہر راستے سے باوردی سرنگیں ہٹاتے ہیں۔ مغرب کے لوگ جنہیں اظہار و بیان میں بڑی مہارت حاصل ہوتی ہے، بات چیت کو تیزی سے شروع کر کے انجام تک پہنچاتے ہیں لیکن یاد رہے کہ عجلت، چاہے باوردی سرنگیں صاف کرنے میں کی جائے یا اتفاق رائے حاصل کرنے میں، بہر طور یکساں خطرناک ہوتی ہے۔

مذاکرات میں شریک ہونے والے افراد ایک دوسرے کے دلائل کو رد نہیں کرتے اور نہ ہی دوسرے کی تجویز پر جارحانہ تنقید کرتے ہیں، اس کے بجائے وہ تمام دلائل اور موقف کو ساتھ لے کر چلتے ہیں، اس میں مسٹر ”الف“ کی وضاحت، مسٹر ”ب“ کا اصل موقف اور مسٹر ”ج“ کا اصلاح شدہ تصور سب شامل ہوتے ہیں۔ آخر میں وہ نتیجہ ایک اجتماعی عمل کے دوران وضع کر لیا جاتا ہے، جسے مرتب کرنے میں سبھی شریک ہو چکے ہوتے ہیں۔ ریاضی کی اصطلاح میں یہ طریقہ (Integral Calculus) کی طرح ہے۔ مغرب کا سائنسی طریقہ یہ ہے کہ کسی حقیقت تک پہنچنے کے لئے معلوم اشیا کا تختی سے تجزیہ کرتے ہیں۔ مشرقی فلسفے میں حقیقت تک رسائی کا طریقہ دوسرا ہے۔ یہاں جملہ مثالوں کو یکجا کر کے ان سے نتیجہ اخذ کرتے ہیں۔ اس کو ریاضی کے مندرجہ ذیل خاکے کی مدد سے سمجھا جاسکتا ہے۔

دائرہ الف سے ظاہر ہوتا ہے کہ جاپانی اپنی رائے کس طرح ہم آہنگی پیدا کر کے

مرتب کرتے ہیں۔ دائرہ (ب) سے ظاہر ہے کہ مغرب کے لوگ اپنی رائے کیسے ترتیب دیتے ہیں۔ دائروں کے وہ حصے جو ایک دوسرے کو کاٹتے ہیں دونوں کے یہاں مشترک ہیں یعنی نتائج کے درمیان کوئی فرق نہیں، فرق طریقہ کار کا ہے۔ ریاضی کے اصول کے تحت جاپانیوں کے یہاں ہم آہنگی کے معنی ہیں، تمام آرا کا مجموعہ۔

جب کسی کمیٹی میں ایسے موقف سامنے آئیں، جن کے درمیان مفاہمت ممکن نہ ہو تو جاپان میں رسم یہ ہے کہ آخری رپورٹ میں وہ تمام مختلف آرا ایک دوسرے کے متوازی درج کر دی جاتی ہیں۔ اس سے طرفین کے لئے مساوی احترام کے جذبے کا اظہار ہوتا ہے۔ مغرب میں جب اس طرح کی صورت حال درپیش ہو تو مخالف آرا کو آخری دستاویز میں شامل نہیں کیا جاتا۔ جاپان میں مخالف فریقوں کو یہ اطمینان حاصل ہوتا ہے کہ انہوں نے اپنے موقف پر سمجھوتا نہیں کیا۔ وہ اختلاف پر متفق ہیں۔

بین الاقوامی مذاکرات میں جاپانیوں کو اکثر غلط سمجھا جاتا ہے یا ان پر اعتماد نہیں کیا جاتا، کیونکہ کسی مسئلہ پر وہ دو ٹوک طریقے سے ”نہیں“ نہیں کہیں گے یا اپنے موقف کے مقابلے میں دوسرے فریق کے منفی رد عمل کو صریح انکار پر محمول نہیں کریں گے۔ اب آپ اوپر دائرے پر نظر ڈالئے۔ دائرہ (ب) میں وہ حصہ جو دونوں دائروں میں مشترک ہے، مغرب کے جواب ”ہاں“ کی نمائندگی کرتا ہے، باقی سفید حصہ ”انکار“ ظاہر کرتا ہے لیکن جاپانیوں کے یہاں کوئی گوشہ ”انکار“ کا نہیں۔ دونوں دائرے جو ایک دوسرے کو کاٹ رہے ہیں ”ہاں“ پر مبنی ہیں۔

جاپانیوں کی حس جمال

کوئی چیز عین فطری ہے یا خوبصورت ہے؟ اس بارے میں مختلف ممالک کے درمیان احساس جمال میں بے انتہا فرق پایا جاتا ہے حتیٰ کہ کسی معاشرے کے اندر وقت گزرنے کے ساتھ اس کے معیارات بدل جاتے ہیں۔ جاپانی لوگوں کے اجتماعی تحت الشعور میں کوئی ایسی حقیقت موجود ہے جو ان کی تنظیموں اور اداروں کے رویوں کی تشکیل کرتی ہے۔ جاپانیوں کے یہاں جمالیات کے منفرد پہلو کیا ہیں؟ آئیے ان کی نشاندہی کرتے ہیں۔ آداب چائے نوشی کے سین اسکول کے بانی اور اوڈا نو یوناگا اور نیوٹومی ہائڈیوشی نامی رہنماؤں کے ”ٹی ماسٹر“ (چائے کے استاد) سین نورکیو (9-1522) تھے۔ وہ خزاں کا ایک روشن دن تھا۔ رکیو نے چند مہمانوں کو چائے پر مدعو کر لیا تھا۔ انہوں نے ایک نوجوان بھکشو سے کہا کہ مندر کے باغیچے میں جہاں چائے نوشی کی رسم ادا ہونی تھی، صفائی کر دے۔ بھکشو نے فرش سے ایک ایک سوکھے پتے کو چن کر باہر پھینک دیا اور باغیچہ صاف ہو گیا۔ بھکشو نے رکیو سے کہا کہ صفائی ہو گئی۔ ٹی ماسٹر رکیو نے ایک نظر ڈالی اور باغیچے کے اندر آ گئے۔ پھر انہوں نے دو تین درختوں کو آہستہ آہستہ ہلایا، کچھ سوکھے پتے فرش پر آن گرے، تب وہ بولے ”یہ ہوئی نہ بات۔ مہمانوں کے لئے اب یہ جگہ ٹھیک ہوگی“۔ فطرت کے بارے میں یہ ہے جاپانیوں کا شائستہ احساس۔

جنوبی کوریا کے ایک دانش ور نے اس واقعہ پر تبصرہ کرتے ہوئے اسے جاپانیوں کی خود نمائی اور تصنع پر محمول کیا ہے۔ انہوں نے کہا، اگر کوئی چینی ہوتا تو باغیچے کو پتوں سے بالکل صاف کروا دیتا، جیسا کہ اس بھکشو نے کیا، اور کوریا والوں کا معاملہ یہ ہے کہ وہ چائے کی رسم ادا کرتے اور سوکھے پتے جیسے پڑے تھے، ان کو ویسا ہی پڑا رہنے دیتے، یہ بالکل فطری رنگ ہوتا اور واقعی خوبصورت بھی۔

چینی صنعت گری کو پسند کرتے ہیں۔ کوریا والوں کو ایسا فطری انداز جس میں ہاتھ نہ لگانا پڑے، خوبصورت لگتا ہے، اور جاپانیوں کو فطری اور مصنوعی دونوں انداز، ہم آہنگی کے ساتھ ایک دوسرے میں ضم ہوتے ہوئے اچھے لگتے ہیں۔ باغ کی آرائش میں بھی قوموں کے درمیان یہ فرق صاف نظر آتا ہے یعنی کون کس طرح پودے لگاتا اور جھاڑیاں اگاتا ہے اور پتھروں کو کس ترتیب سے جماتا ہے جیسا کہ ابھی رکھو کا واقعہ بیان ہوا جاپان کے لوگ مصنوعی حسن کاری میں انتہا کو پہنچ جاتے ہیں اور فطرت کا ہو بہو نمونہ بنا کر پیش کر دیتے ہیں۔ بونسائے یعنی بونے درخت جو قد آدرقد رتی درختوں کی مثل ہوتے ہیں، اس کی خاص مثال ہیں۔ اگرچہ ان کی ساخت میں انسان کے ہاتھ کام کرتے ہیں لیکن کوئی جنگلی پودے اتنے فطری نہیں ہوتے۔ جاپان میں بونسائے مہینوں، سال بلکہ صدیوں چلتے ہیں، کچھ پودے تو پانچ سو برس پرانے ہیں، اور اسے قد رتی درختوں کا کامل ترین نمونہ بنانے میں انسان اپنی ساری صناعی صرف کر دیتا ہے۔ اس کا حاصل مکمل صناعی اور قد رتی حسن کا دلاویز امتزاج ہے۔ دو متضاد عناصر کو ایک نئے آہنگ سے ہم کنار کرنے کا یہ فلسفہ مغرب میں، اور چین یا کوریا میں بھی نظر نہیں آتا۔ مغرب کے لوگ انسان کی صناعی اور قدرت کی حسن کاری میں، قد رتی حسن اور مصنوعی حسن میں ہمیشہ تفریق کرتے ہیں۔ ان کے درمیان انہیں ایسا فرق نظر آتا ہے، جسے دور کیا ہی نہیں جاسکتا۔ جرمن فلسفی ہیگل نے تو قدرت اور قدرتی حسن کو جمالیات سے ہی خارج کر دیا تھا۔^(۱)

نوبل پرائز یافتہ ماہر معاشیات ہربرٹ سائمن تو جاپانیوں کی جمالیات سے ششدر ہو کر رہ گیا۔ اپنی تصنیف ”تصنع کی سائنس“ (The Sciences of the Artificial) کے جاپانی ایڈیشن میں اس نے لکھا کہ امریکی باشندے جاپانیوں کی ثقافت سے بے حد متاثر ہیں، جس میں انسانی وجود اور انسان کی بنائی ہوئی اشیاء قدرت کے مظاہر کے ساتھ ہم آہنگ ہو جاتی ہیں۔ ایک بونسائے کی تیاری میں اتنی مہارت اور جانکاہی سے

(۱) مغربی اور اسلامی ممالک میں باغ کے وسیع قطعات کی آرائش میں ترتیب اور توازن کا خاص خیال رکھا جاتا ہے جیسا کہ درسائے کے باغات سے ظاہر ہے۔ ان کی جھاڑیاں انتہائی مصنوعی ہیں۔ کوئی درخت اس وضع میں نہیں آگتا۔ جاپان کے باغبانی کے اسلوب میں انسانی ہاتھوں کی صناعی اگرچہ بڑی حد تک شامل ہے، لیکن اس بات کی انتہائی کوشش ہوتی ہے کہ قدرتی ساخت برقرار رہے۔ باغ کا سارا گوشہ اس طرح تیار کیا جاتا ہے کہ اس میں انسانی ہاتھوں کی کارفرمائی کا شائبہ تک نہیں ہوتا۔ کوئی نہیں کہہ سکتا کہ یہاں باغبانی کی گئی ہے۔

کام لیا جاتا ہے کہ دیکھنے والا یہ نہیں بتا سکتا کہ قدرت کا کام کہاں ختم ہوا اور انسان کی کرشمہ سازی کہاں سے شروع ہوئی۔ سائنس دان اب پانچویں نسل کے کمپیوٹر پر کام کر رہے ہیں۔ آج کل کی مشینیں میکا کی ہوتی ہیں، ان کا ایک مکمل جسمانی وجود نہیں ہوتا۔ لیکن مستقبل کے کمپیوٹر انسان کے ناقدا نہ فیصلے اور انسانی جذبات، محبت، نفرت، خوشی اور غم، ان کیفیات کا اظہار بھی کر سکیں گے۔ ان میں ایک زندہ جسمانی وجود کی کارکردگی شامل ہوگی۔ جاپانی ایسی مشینوں سے ایک فطری لگاؤ محسوس کرتے ہیں، جن میں انسانوں جیسی حیات کام کر رہی ہوں۔ کاریگر یہاں کی مقبول عام ایکٹرسوں اور گانے والیوں کے نام پر اپنے روبوٹ کے نام رکھتے ہیں اور انہیں عام کارکنوں ہی کی طرح اپنا شریک کار سمجھتے ہیں۔ قدرتی اشیاء اور ہاتھ کی بنی ہوئی اسیان کی نظروں میں برابر کی شریک کار ہیں۔ مشینیں اور آلات عام انسانوں کی طرح زندہ وجود رکھتے ہیں۔ اشیاء کو انسانی روپ میں دیکھنے کا یہ قرینہ قدیم شتو روایات کا مرکزی تصور ہے۔ مغرب میں مشینوں کو اور صنعتی روبوٹ کو ہمیشہ ایک متحارب طاقت سمجھا گیا ہے۔ جاپان کے کارکنوں میں ایسا رویہ کبھی نہیں رہا۔ برطانیہ کے برعکس جاپان میں نئی مشینوں کی آمد پر یا فیکٹری میں خود کار نظام کی ترویج پر کبھی ہڑتال نہیں ہوئی۔ جاپان کا مذہب، انسان اور مشین، انسان اور خدا اور انسان کے بنائے ہوئے فطری مظاہر کے درمیان کسی تفرقے کی حقیقت کو تسلیم نہیں کرتا۔ جاپانیوں کے یہاں زندہ اجسام اور غیر نامیاتی اشیاء کے درمیان کوئی واضح فرق نہیں ہے۔ مغرب کے لوگ اپنے جہازوں اور عمارتوں کے نام مشہور اکابر کے نام پر رکھتے ہیں تاکہ انہیں بھی دوام حاصل ہو جائے۔ جاپان کے مزدور پیداواری مشینز کو ایک شخصیت کا روپ دے کر مقبول عام موسیقاروں کے نام پر ان کے نام رکھتے ہیں، جیسے وہ اپنے ہی کسی ساتھی کی عرفیت درج کر رہے ہوں اور یوں مشین کو زندگی مل جاتی ہے۔ قدرت اور مشین کے ساتھ یہ ربط باہم جاپان کے کلچر کا ایک امتیازی پہلو ہے۔

قدرت کے افکار: بہت بڑے، درمیانہ، بہت چھوٹے:

اوسا کا یونیورسٹی کے پروفیسر یوڈا اٹسوشی نے قدرت کے بارے میں انسانی افکار کی اس طرح درجہ بندی کی ہے:- بہت بڑے، درمیانہ اور بہت چھوٹے۔ پروفیسر کے

خیال میں مغربی لوگوں کا رویہ اشیاء کے درمیان تقابل کا ہے۔ ایک طرف تو وہ ہمالیہ کی بلندی کو احترام کی نظر سے دیکھتے ہیں، اس کا تذکرہ عقیدت مندانہ کرتے ہیں اور فضائے بیسط کی بے کنار وسعتوں کو سلام کرتے ہیں، دوسری طرف وہ فطرت کی دنیا کو تسخیر کرنے اور اسے اپنے زیر نگیں کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ ان مغربی لوگوں میں یا تو عقیدت کی حد تک مرعوبیت پائی جاتی ہے۔ یا وہ فطرت کو بے رحمی کے ساتھ اپنے پاؤں تلے چلنا چاہتے ہیں۔ جاپانیوں کا رویہ درمیانہ ہے۔ یہ فطرت کو اپنا دوست بنانا چاہتے ہیں، اسے وہ انسان کے برابر کا درجہ دیتے ہیں۔

جنگلات اور فطری مظاہر کے بارے میں امریکیوں کا فلسفہ یہ ہے کہ اگر جنگلی گرنے سے نیشٹل پارک میں آگ لگ جاتی ہے تو اسے جل ہی جانے دو۔ جنگل کے جانور اپنی خوراک خود ہی تلاش کر لیں گے، پارک کا نگران عملہ انہیں خوراک مہیا کرنے کا ذمہ دار نہیں۔ امریکہ کے ماہرین جنگلات یقین رکھتے ہیں کہ مظاہر فطرت کی نگہداشت کا جو طریقہ انسانوں نے وضع کیا ہے وہ جنگل کے فطری ماحول کے مطابق نہیں۔ کائنات کو وسیع تناظر میں دیکھنے کا یہ نظریہ، مظاہر فطرت کو بعینہ، جس حالت میں وہ ہے، ویسا ہی رکھنا چاہتا ہے۔ تاہم امریکی، جانوروں کو تابعدار بنانے کے لئے کوڑے بھی استعمال کرتے ہیں اور انہیں ڈسپلن کا پابند بنانے کے دوسرے طریقے بھی۔ جانوروں کو جس طرح سدھا کر سرکس میں تماشہ دکھانے کے لئے استعمال کیا جاتا ہے، یہ اس کی بدترین مثال ہے۔ یہ مظاہر فطرت کو وسیع تناظر میں دیکھنے کا رویہ ہے جس میں تمام جانوروں کو انسانی خواہش کا محکوم بنا لیا جاتا ہے۔ مغربی ممالک میں بچوں کی تربیت بھی اس نہج پر کی جاتی ہے۔ بچوں کو مجبور کیا جاتا ہے کہ بڑوں کی اطاعت کریں، اس کے لئے انہیں ڈرایا دھمکایا جاتا ہے اور سزا بھی دی جاتی ہے۔ نوآبادیاتی نظام حکومت میں سفید فام آقاؤں نے ایشیائی اور افریقی اقوام کو اپنا محکوم رکھنے کے لئے یہی طریقہ استعمال کئے تھے۔

جاپانی میانہ روی کے قائل ہیں۔ وہ مظاہر قدرت کو اور جانوروں اور چھوٹے بچوں کو یکساں دوست اور بالغ انسانوں کے درمیان مساوی حیثیت کا مالک سمجھتے ہیں۔ جانور ہوں یا روبوٹ، ان سب سے انسانی صفات منسوب کی جاتی ہیں۔ ان کے درمیان من و تو کا یا دوست و دشمن کا رشتہ نہیں ہوتا۔ جاپان کے ماہر حیوانات اور علم البشر کے عالموں

کے انداز فکر کی تشکیل اس نظریے کی بنیاد پر ہوتی ہے۔ مغرب کے علماء نے یہ قیاس کرتے ہوئے کہ انسان ایک اعلیٰ ترنس کی مخلوق ہیں، جانوروں کے مشاہدے کا وہ طریقہ وضع کیا، جسے ’بیرونی مبصر‘ کا طریقہ کہتے ہیں۔ جاپان کے ماہر حیوانات، خاص طور پر کوسٹو یونیورسٹی کے ماہر، جو بن مانس (چمپانزی، گوریل وغیرہ) کے رویوں کا مطالعہ کر رہے ہیں۔ ’’شریک مبصر‘‘ بن کر مشاہدہ کرتے ہیں، وہ اپنے آپ کو ان سے الگ نہیں سمجھتے۔ تحقیق کرنے والے افراد ان بندروں سے اس طرح سلوک کرتے ہیں، جیسے وہ انہی میں سے ہیں اور ان کے برابر ہیں۔ اس سے وہ بندروں کے پورے ماحول میں ان کی برادری کا حصہ بن جاتے ہیں۔ ماہر حیوانات رفتہ رفتہ بندروں کی زبان سیکھ لیتے ہیں۔ بندروں کی برادری بھی انہیں اپنے درمیان قبول کر لیتی ہے۔ جاپانیوں کے خیال میں قدرت (یا انسان کی بنائی ہوئی مشنری) ایک مربوط نظام زندگی سے عبارت ہے، جس میں ناظر اور منظر سب ایک دوسرے میں شامل ہیں۔ ماہرین، بندر، مشین ساز کارکن اور پرزے جوڑنے والے روبوٹ، سب ایک ہی نظام حیات کا حصہ ہیں۔

مصور اور منظر کا باہم گھل مل جانا، جاپان کی روایتی مصوری کی خصوصیت ہے۔ مغرب کے مصوروں نے نشاۃ الثانیہ کے آغاز سے ہی تناظر (Perspective) کو استعمال کیا ہے۔ مراد اس سے یہ ہے کہ جو چیز دور ہے وہ سامنے کی چیز کے مقابلے پر تصور کرتا ہے اور پھر اس مقام سے منظر کو معروضی انداز سے دیکھتا ہے۔ جاپان کے مصور اشیا کو اپنی تصویروں میں ٹھیک اسی طرح بناتے ہیں، جس تناسب سے وہ موجود ہوتی ہیں (مثلاً کسی عمارت کا عقبی حصہ بھی اتنا ہی اونچا بناتے ہیں، جتنا اونچا سامنے کا حصہ ہوتا ہے)۔ مصور، اس منظر میں جسے وہ بناتا ہے۔ اپنے آپ کو شامل سمجھتا ہے۔ یہاں تک کہ جاپان کی پرانی تصویروں میں مکانات کے جو خاکے بنے ہوئے ملتے ہیں، ان میں مکان کا ہر حصہ دیکھا جا

سکتا ہے۔ مغربی مصوری کا اسلوب یہ ہے کہ مصور سب سے پہلے اچھے تناظر (Perspective) کا فیصلہ کرتا ہے اس کے بعد خارجی دنیا پر نظریں جماتا ہے۔ اس کا اپنا ارادہ خارجی حقائق کی تنظیم و ترتیب کرتا ہے۔ دنیا کو معروضی انداز سے دیکھنے کا یہ خاص مغربی انداز ہے۔ اداروں اور افراد کی جانب یہ رویہ، جو امریکہ کے انتظامی نظریے کا خاص جزو ہے، ان کے انداز نظر کی نمائندگی کرتا ہے۔ یہاں سرمایہ دار یا اس کا منیجر آرٹسٹ کی طرح خود کو ایک متعین فاصلے پر رکھتے ہیں اور ملازم گرد و پیش کا منظر بن جاتے ہیں۔

قدرت کے ساتھ اعتدال پسندی کا نظریہ

یعنی قدرت سے تصادم کی بجائے مفاہمت..... کو اکثر مشرقیت کہا جاتا ہے، لیکن اس کے بہت سے پہلو جاپان میں انوکھے اور منفرد ہیں۔ مثال کے طور پر چینی اور کوریائی باشندے دونوں تربوز پر اگر وہ حسب خواہش بیٹھانہ ہو تو شکر چھڑک کر کھاتے ہیں، جب کہ جاپانی اس پر ذرا سائنک ڈال دیتے ہیں، ان کا خیال ہے کہ اس طرح تربوز کی فطری مٹھاس بحال ہو جاتی ہے۔ ایک کوریائی نے جاپانیوں پر مزاح کے انداز میں یہ فقرہ چست کیا تھا کہ وہ تربوز کو چاٹ بنا کر کھاتے ہیں۔ (چاٹ یا گچی، کوریائی کی ایک چٹ پٹی ڈش ہے) لیکن ہم جاپانی تربوز پر مریچ مصالے کا کام اس طرح نہیں کرتے، جیسے کوریائی والے گو بھی کو گچی بنا دیتے ہیں۔ ہم تو تربوز پر نمک کے چند دانے چھڑکتے ہیں، بالکل جس طرح رکیو نے صفائی کے بعد باغیچے میں چند سوکھے پتے گرا دیئے تھے۔ جاپانیوں کا ذوق جمال بہت نفیس ہے۔ ہم خارجی عناصر کو مثلاً فطرت کو یا مشینوں کو اپنی انسانی دنیا میں شامل کر کے انہیں اپنے وجود کا حصہ بنا لیتے ہیں، ٹھیک اسی طرح جیسے ہم باہر کے کلچر کو قبول کر لیتے ہیں۔ یہ ذہنی افتاد جاپان کی تنظیموں میں بھی زمانہ قدیم سے موجود رہی ہے (اور آج بھی ہمارے انتظامی طریق کار کی تشکیل کرتی ہے) جاپان کے اس منفرد اور ہمہ گیر کلچر کا مقصد ان تمام عناصر کو متحد کرنے اور آپس میں مدغم کرنے کی کوشش ہے، جسے مغرب کے لوگ ایک دوسرے سے الگ کر کے رکھتے ہیں: یہ ہیں انسان اور خدا، جانور اور دیگر جاندار مخلوق، مشین اور مزدور۔

یونانیوں کے یہاں نیکی، سچائی اور خوبصورتی کی دیویاں اپنی بہترین صورت میں

بھی ایک نہ ہو سکیں، ہمیشہ الگ ہی الگ رہیں۔ جاپانیوں کے یہاں یہ تینوں ایک ہی قدر میں ڈھل گئیں اور اس کا نام خوبصورتی قرار پایا۔ وہ اس لئے کہ خوبصورتی، جاپانی کلچر کی سب سے اعلیٰ قدر ہے۔ مغرب کے لوگ، مثالی فنکارانہ خوبصورتی کے درمیان بھی فرق رکھتے ہیں، جیسے ”ایک خوبصورت پھول“ اور نیکی کی مثالی قدر کے لئے ”ایک اچھا دل“۔ لیکن جاپانیوں کو اکثر کہتے سنا گیا ہے کہ فلاں ”ایک خوبصورت دل“ کا مالک ہے۔ یہاں ”خوبصورت“ کا لفظ ایک اعلیٰ اخلاقی قدر کی وضاحت کرتا ہے۔ جس میں نیکی، سچائی اور خوبصورتی سب شامل ہیں۔ ایک رومن کیتھولک اسے ایک مکمل اخلاقی وقار کا پیکر کہہ سکتا ہے۔ کچھ ایسی چیزیں جنہیں مغرب میں ”نیکی“ اور ”سچائی“ کہا جاتا ہے۔ جاپان کے معاشرے میں خوبصورتی کے نام پر قابل قبول نہیں اور انہیں رد کر دیا جاتا ہے۔ اگر کوئی چیز اپنی خوبیوں سمیت اچھی ہے تو اسے قابل قبول حد تک خوبصورت بھی ہونا چاہئے۔ اس کے برعکس کوئی چیز اگر بری ہے اور ”خوبصورت“ لگتی ہے تو اس کی تعریف ہو سکتی ہے۔ ظاہری شباهت کا زبردست اثر ہوتا ہے۔ ایسے بہت سے معاملوں کو جو لازماً ”اچھے نہیں“ اور ”سچے نہیں“ سماجی طور پر قبول کر لیا جاتا ہے کیونکہ وہ ”خوبصورت“ سمجھے جاتے ہیں۔ بعض ایسی باتیں، جن میں ٹھوس حقیقت نہیں ہوتی، پر شکوہ زبان میں قابل قبول ہو جاتی ہیں اور ان کا سطحی پن الفاظ کے طلسم میں چھپ جاتا ہے۔ اس طرح بعض تحائف جن کی زیادہ قیمت یا مصرف نہیں، اگر خوبصورتی سے پیک کئے جائیں تو وہی پسندیدہ ہو جاتے ہیں۔

سلسلہ کار کی جمالیات

کوئی کام یہاں جس طرح کیا جاتا ہے، وہ عمل، رویہ اور انجام دہی کا سلیقہ ہے۔ جاپان میں صرف نتیجے (یا صنعتی اشیا) کو نہیں بلکہ ان باتوں کو بھی بہت پسند کیا جاتا ہے۔ ہم اسے سلسلہ کار کی جمالیات کہہ سکتے ہیں۔

کام جن مراحل میں انجام پاتا ہے اسے ہیئت (جاپانی زبان میں کاتا/Kata) کہتے ہیں۔ جوڈو اور جاپانی طرز کی تلوار بازی، ”کینڈو“ میں جوڈو ماسٹر یا تلوار باز کے لئے ضروری ہے کہ وہ بہت سے پینتروں کا ماہر ہو۔ اسی سلسلے کی دوسری مثال چائے نوشی کی رسم ہے۔ چائے کی قدر اس کی مہک اور ذائقے کی بنا پر کی جاتی ہے۔ لیکن اس رسم کی ظاہری

ادائیگی یعنی چائے کی تیاری کا مرحلہ بھی ایک فنکارانہ تجربے سے کم نہیں۔ مہمان غور سے دیکھتے ہیں کہ چائے کو دم دینے اور اسے پیش کرنے میں میزان کس نفاست اور شائستگی کا مظاہرہ کرتی ہے۔ چائے کتنی خوش رنگ ہے، اس کی مہک کتنی مسور کن ہے، اس کے ذائقے میں کیسی کیفیت ہے۔ پھر چائے کی پیالی کو دونوں ہاتھوں میں لیتے ہوئے، برتن کی مٹی مہمان کو کس طرح سرشار کر دیتی ہے^(۱)۔

جاپان کا بنی ہانا رستوراں ایک منفرد شہرت رکھتا ہے، یہاں گوشت لوہے کے توڑے پر گاہکوں کے سامنے پکایا جاتا ہے۔ اس رستوراں میں اور امریکہ میں جہاں اس کی شاخیں ہیں وہاں بھی، باورچی جس مہارت کے ساتھ گوشت کے پارچے کاٹتا ہے، اس ہنرمندی کو بھی مارکیٹنگ میں اضافے کے لئے استعمال کیا جاتا ہے۔ باورچی گوشت کے ٹکڑے کرتا ہے، پھر اس کے پتلے پارچے بناتا ہے، موٹے حصوں کو چھیل کر الگ کر دیتا ہے اور یہ سارا کام اس نفاست سے کرتا ہے کہ گاہک محفوظ ہوئے بغیر نہیں رہتے۔ یہ ایک روایتی فن ہے، جسے نئی ضرورت کے تحت استعمال کیا جا رہا ہے۔ باورچی کے پینترے اور کام میں اس کی دلچسپی یہ سب مل کر گوشت کی تیاری کو ایک طرح کا کھیل بنا دیتے ہیں۔ ایک مشغلہ جس میں کھیل اور کام دونوں شامل ہیں اور جس سے سبھی لطف اندوز ہوتے ہیں۔ ہوٹل کے ملازم بھی اور حاضرین بھی۔ اسی طرح جاپانیوں کے غسل کے انداز کے بھی دو گونہ مقاصد ہیں۔ اصل مقصد تو بدن کی صفائی ہے، لیکن غسل بجائے خود (خاص طور پر جب بہت سے لوگ ایک ساتھ کسی گرم چشمے کے کنارے غسل کر رہے ہوں) اجتماعی طور پر اعصابی تھکن سے نجات کا ایک ذریعہ ہوتا ہے۔

جسمانی مشقت کے کاموں کو بھی، مثلاً کھیت میں دھان کی پیڑی لگانا یا فیکٹری کے محنت طلب کام، ان کو بھی ایک فن لطیف میں بدل دیا گیا ہے۔ یہ گویا ایک خوشگوار رسم کی انجام دہی ہوتی ہے، جس سے سبھی لطف اٹھاتے ہیں۔ مغرب کے لوگ اور مغرب کے

(۱) چائے کے پیالے کو دونوں ہتھیلیوں میں لے کر برتن کی کھردری سطح محسوس کی جاسکتی ہے۔ مغربی طریقے سے چائے کی پیالی کو کنڈی سے پکڑ کر صرف چمکی دی جاسکتی ہے، انگلیاں اس کی حرارت سے محروم رہ جاتی ہیں۔ چائے کی پیالی کا ڈیزائن ایسا ہوتا ہے کہ اس میں پینے والے کے لیے بڑی سہولت ہے، لیکن مٹی کے برتن کی کھردری سطح جولنت بہم پہنچاتی ہے اسے فراموش کر دیا گیا۔ اسی طرح پینے والے کو پیالے کے پندے کا کھردار پن پھر اس صورت میں کہ پیالے میں تھوڑی سی چائے بچ رہی وہ ایک اور کیفیت سے سرشار کرتا ہے۔

اقتصادی نظریہ ساز بھی کام کو مشقت قرار دیتے آئے ہیں۔ کام محض ایک ذریعہ ہے، پیداوار کے حصول کا۔ لیکن ابتدائی زمانے میں ہی جاپانیوں نے کام میں کھیل کا ایک عنصر شامل کر دیا تھا۔ انہوں نے تفریح کو پیداواری سرگرمی میں اس طرح شامل کر دیا تھا کہ انتہائی جانکا ہی کا کام، یا حقیر نوعیت کا کام بھی، محنت کشوں کے لئے گوارا بن گیا۔ اس رویے کو صدیوں سے برقرار رکھا گیا ہے۔

جاپان کے لوگ مغرب والوں کے اس خیال کو تسلیم نہیں کرتے کہ کام اپنی اصل میں ہی کوئی ناپسندیدہ چیز ہے اور کام کے اوقات کو رفتہ رفتہ کم کرتے رہنا چاہئے۔ ادھر امریکی اور یورپی شکایت کرتے ہیں کہ جاپان کے لوگ کام میں اس طرح مبتلا رہتے ہیں کہ انہوں نے اسے اپنی لت بنا لیا ہے، حالانکہ اس طرح کی شکایت کا مقصد مغرب کی ثقافتی اقدار کو جاپان میں نافذ کرنا ہے۔ ٹھیک ہے کہ جاپانی کام کو محض تماشہ نہیں سمجھتے لیکن وہ اسے تھکا دینے والی ریگڑ بھی نہیں مانتے۔ جاپان کے ثقافتی ماحول میں تہوار اور پیشہ دارانہ مصروفیت کے عناصر کو باہم ملا کر کام یا پیشے کا نام دیا گیا ہے۔ دیوتا خود بھی کام کو اپنے دائرہ کار میں شامل سمجھتے ہیں۔ کام، کھیل، افادیت اور فن یہ سب ساتھ ساتھ چلتے ہیں، ٹھیک اسی طرح جیسے فطرت اور ہنرمند ہاتھوں کی صناعی میں ایک داخلی ربط پایا جاتا ہے۔

جاپان میں غیر مرمی اور مجرد عنصر کو، واضح اور ٹھوس اشیا کے مقابلے میں زیادہ قابل احترام سمجھا جاتا ہے۔ مسیحیت اور بدھ مت ان دونوں نے عظیم فنی کارناموں کے لئے تحریک پیدا کی..... مثلاً مصوری، مجسمہ سازی اور تعمیرات کے لئے تحریک۔ لیکن یہ سب عقیدے کی دین ہیں۔ اس کے مقابلے میں شنتو دھرم میں کوئی صناعی کافن نہیں۔ حقیقتاً شنتو دھرم سے متعلق کوئی بھی چیز جس کا رشتہ قدیم زمانے سے ملتا ہو، اب نظر نہیں آتی۔ (یو دھوں کے مندر اور ان کی گچھاؤں میں بہت سے قومی خزانے پوشیدہ ہیں، لیکن شنتو کی عبادت گاہوں میں ایسا کچھ بھی نہیں) تاہم سنتو دھم نے ہیبت کے غیر مرمی نمونے اور اپنی وہ روایات جن کا رشتہ اوائل تاریخ سے ملتا ہے، برقرار رکھی ہیں۔ مسیحیت اور بدھ مت دونوں کو یہ فخر حاصل ہے کہ ان کے بعض کلیسا اور مندر بہت قدیمی ہیں۔ یہ اگر جنگ میں یا کسی قدرتی سانحے کے نتیجے میں تباہ ہو جائیں تو انہیں دوبارہ بنانا پڑے گا، لیکن اس نو تعمیر ڈھانچے کو کمتر درجہ دیتے ہوئے محض ”اصل کی نقل“ قرار دیا جائے گا۔ لوگ کہیں گے، ”یہ اصل تو

نہیں ہے، اور دوبارہ بنانے میں جدید تعمیراتی طریقے استعمال کئے جائیں گے۔ شنتو اس طرح کی جدیدیت کو رد کرتا ہے۔ سب سے قدیمی اور انتہائی اہم شنتو تعمیر، آکس، مائی فریکچر کی داخلی عبادت گاہ ہے جو تیسری صدی سے سلامتی کے ساتھ چلی آرہی ہے۔ شاہی خاندان کے اساطیری دور کے بزرگوں سے اپنے تعلق پر انہیں فخر ہے۔ ہر بیس سال بعد چیز کی لکڑی سے اس کی از سر نو تعمیر ہوتی ہے، اور وہ بھی قدیم روایتی طریقوں کے مطابق ہو بہو اصل کی مانند۔ بڑھتی کام کے دوران میں جو لباس پہنتا ہے، وہ بھی قدیمی دور کا نمونہ ہے، اور وہ اوزار بھی پرانے زمانے کے اصل سے ملتے جلتے استعمال کرتے ہیں۔ (جو نہایت درجہ نکلے ہوتے ہیں) اس مندر کو اسی طریقے سے ساتھ مرتبہ از سر نو تعمیر کیا گیا ہے۔ آکس کے مقام پر صدیوں کے دوران میں جس چیز کی حفاظت کی گئی وہ کوئی قدیمی عمارت نہ تھی بلکہ لوگوں کی توجہ کا مرکز، کام کی تیاری کا پورا تخلیقی عمل تھا۔ جاپان کی ثقافت کا ایک بڑا عنصر ایک سے دوسری نسل کو ہیئت کی منتقلی ہے، نہ کہ اشیا کی منتقلی۔ یعنی یہ کہ کام میں درک یا فنکاری، انجام دہی کا قرینہ۔ اہمیت اسی کی ہے نہ کہ اشیا، آثار اور عمارات کی۔ ہمارے آباؤ اجداد ہیئت سے کس درجہ انہماک رکھتے تھے، اسے دیکھنا ہو تو جاگیر داری زمانے میں ہونے والے گھریلو کاروبار پر نظر ڈالئے۔ اکثر ایسا ہوتا کہ ایک کاروبار کا مالک اپنے سگے بیٹے کو نظر انداز کر دیتا اور اپنی دکان اور اس کے نام کی ملکیت اپنے معاملہ فہم ہیڈ کلرک کو منتقل کر دیتا، جس سے اس کا کوئی خون کا رشتہ بھی نہیں ہوتا تھا۔ اس صورت میں کلرک کو اپنے مالک کے خاندان کا نام بھی مل جاتا تھا چنانچہ جاپان میں آج بھی بہت سی دکانیں ہیں، جنہیں یہ خصوصیت حاصل ہے کہ ایک ہی نام کے تحت وہ پچھلی دس نسلوں سے چل رہی ہیں۔ اس تسلسل کا سبب وہی اپنا وارث منتخب کرنے کا روایتی طریقہ ہے۔ ایک وارث یا جانشین کے انتخاب کا معمول، جو ہیئت کو برقرار رکھے، نہ کہ اصل متن کو، نام کو جاری رکھے، نہ کہ موجود حقیقت کو، جدید کوریایا چین میں اس کا وجود نہیں۔

کوریایا میں صرف بیٹا، باپ کے کاروبار کا وارث ہو سکتا ہے۔ اپنا آبائی کاروبار کیوں ترقی نہ کر سکا، اس کا ایک سبب اپنی خاندان کی مرکزیت اور کاروبار کو خاندان کے ساتھ تھکی کرنے کا رویہ ہے۔ امریکہ میں بڑی بڑی کارپوریشنوں نے یورپی کمپنیوں کے مقابلے میں نہایت تیزی سے ترقی کے مراحل طے کئے کیونکہ امریکیوں نے یورپ والوں

سے بہت پہلے خاندانی ملکیت کے تصور کو خیر باد کہہ دیا تھا۔ جاپان میں سرمایہ کاری کرنے والے نسلی وراثت کے اصول کی سختی سے پابندی نہیں کرتے۔ بارہا ایسا ہوا کہ مالک نے اپنا کاروبار اہل اور مستعد جانشین کے حوالے کر دیا تا کہ خاندان کا نام آگے چلتا رہے۔ اس غرض سے ایک بالغ لیکن مستحق شخص کو متبنی بنالیا گیا۔ کنفیوشس کے متضمتین ہمسایہ ملکوں کے مقابلے میں اگر جاپان زیادہ تیزی کے ساتھ اپنی معیشت کو جدید خطوط پر استوار کر سکا تو اس کی ایک وجہ یہ بھی ہے کہ اس نے کاروبار کو خاندانی تعلق پر ترجیح دی۔ وہ ذہنیت جو مواد اور اصلیت کے بجائے ہیئت اور نام میں اپنے دوام کا عکس دیکھتی ہے، مادیت پرستی سے کہیں زیادہ روحانیت پرست ہے۔

بہت سی طاقت ور موروثی بادشاہتیں، مثلاً چین کا چن خاندان اور فرانس کا بونا پارٹ خاک میں مل گئے اور صفہ ہستی سے نابود ہو گئے۔ رومن کیتھولک چرچ کچھ اس لئے برقرار رہ گیا کہ یہ ایک مذہبی ادارہ ہے، اور اس بنا پر بھی کہ پاپائیت میں جانشینی کے اصول واضح اور طے شدہ ہیں۔ اس معنی میں جاپان میں کاروبار کی موروثی صورت ایک نیم مذہبی نوعیت رکھتی ہے چونکہ کیتھولک عقیدے کا دفاع اور تحفظ بہر صورت روم کی ذمہ داری ہے، اس لئے یہ خاندانی میراث ہمیشہ زندہ اور فروغ پاتی رہے گی۔ غالباً ابتدا سے ہی جاپانی باشندوں کا عقیدہ یہ تھا کہ مادی اسیا کے مقابلے میں ہیئت کے لئے نسبتاً آسان ہوگا کہ وہ زمانے کے اثرات اور انسان کی لائی ہوئی یا قدرتی آفات کے آگے ٹھہر سکے۔

چھوٹی چیز بہتر ہوتی ہے

جنوبی کوریا کے مصنف اوینگ لی کی کتاب چھوٹی چیز بہتر ہے۔ جاپان میں بہت مقبول ہوئی اور سب سے زیادہ فروخت ہوئی۔ لی کے بقول ”جاپانیوں کے ذہن کا ایک پہلو یہ بھی ہے کہ ان کے تخیل کی قوت اشیا کو چھوٹا کر کے دکھانا چاہتی ہے“۔ اسے مصنف نے اشیا کی تسخیر کہا ہے۔

لی کا بیان ہے کہ جاپانیوں کو مدہم رنگوں کے چھوٹے پھول، مثلاً وِسٹیریا (wisteria) اور چراگا ہوں میں اگنے والے خود رو پھول زیادہ خوبصورت لگتے ہیں۔ جب امریکی کسی پودے کی نسل میں ترمیم کرتے ہیں تو ان کی یہ کوشش ہوتی ہے کہ اس کے

پھول زیادہ بڑے ہوں اور خوش رنگ بھی بہت ہوں۔ اس کے برعکس جاپانی پودوں کی ایسی قسمیں تیار کرنے کی کوشش کرتے ہیں، جن میں نزاکت اور نسوانی حسن ہو، جیسے چیری کے پیٹریا نازک پتیوں والی جھاڑیاں۔ ہم لوگوں نے نہایت صنایعی کے ساتھ بڑے اور چوڑے پنکھوں کو موڑ کر دستی پنکھے بنائے ہیں۔ جو سمٹ کر چھوٹے سے رہ جاتے ہیں اور انہیں ساتھ رکھنا آسان ہوتا ہے۔ جاپان کے ادب میں بھی اختصار کی بڑی اہمیت ہے۔ شاہی دربار کے شاعر ہیٹو مارو (685-705) کی مندرجہ ذیل نظم مدتوں تک لوگوں میں بہت مقبول رہی ہے (ترجمہ)

پہاڑی جنگل کی مرغیاں
جو نزاکت سے پاؤں رکھتی ہیں
اور اپنی لمبی دُمیں زمین پر گھسیٹتی ہیں
خوبصورت اور خوش رنگ چاہے وہ کتنی ہی ہوں
اس لمبی تھک دینے والی رات میں، میری طرح ہیں
میں جو یہاں اکیلا پڑا ہوا ہوں

لی کا بیان ہے کہ اختصار جاپانیوں کے ذوق جمال کا ایک انوکھا پہلو ہے میرے سامنے دو فولڈنگ پنکھے رکھے ہیں۔ ایک جنوبی کوریا کا ہے۔ دوسرا جاپان کا اور انہی سے ان دونوں ملکوں کے ثقافتی فرق کو دیکھا جاسکتا ہے۔ فنکاری کو دیکھئے۔ کوریا کے پنکھے کی آرائش میں مصور نے برش کے اسٹروک بہت نمایاں اور جلی لگائے ہیں۔ جاپان کے پنکھے کی مصوری میں بہت نازک اور نسوانی اسٹروک لگائے گئے ہیں۔ کوریا کا پنکھا، جاپان کے پنکھے سے دگنا بڑا ہے۔ جاپان کا پنکھا ایسا نہیں لگتا کہ گرم مرطوب موسم میں ہوا جھلنے کے کام آئے، یہ کھلونا لگتا ہے۔ اب دونوں پنکھوں میں بانس کی تیلیوں اور ان کی بنت کو دیکھئے۔ جاپان کے پنکھے میں بانس کا کام بہت گتھا ہوا ہے۔ اس کا ہر حصہ بہت چکنا اور بنائی نفاست سے کی گئی ہے۔ کوریا کے پنکھے میں بانس کی تیلیاں لمبائی اور موٹائی میں مختلف ہیں، جس سے پنکھے کی سطح ناہموار ہو گئی ہے۔ اس پر کاغذ بھی پھو ہڑ پن سے چپکا یا گیا ہے۔ اگر آپ اس کی تیلیوں پر ہاتھ پھیریں تو ممکن ہے کہ کوئی تیلی ہاتھ میں آ جائے (پھر

بھی، اس پکھے میں وقار اور حسن ہے)۔ اب اگر مجھے ایک پنکھا منتخب کرنا ہو تو میں ہوا جھلنے کے لئے کوریا کے بڑے پکھے کو ترجیح دوں گا۔ لیکن اگر مجھے ایک چھوٹی سی کاریا کسی برقی آلے کی ضرورت ہو تو جاپان کی مصنوعات چن لوں گا کیونکہ ان کی تیاری میں تمام جزویات کا بہت خیال رکھا جاتا ہے۔

جاپانی کلچر کی ایک خاص خوبی، جس کی تصدیق لی نے بھی کی ہے، یہ ہے کہ ان میں چیزوں کو چھوٹے سے چھوٹا بنانے کی اہلیت ہے)۔ ایسی چیزیں جو آسانی سے ہر جگہ لے جانی جاسکتی ہیں۔ ان کی تیاری میں نفاست کے ساتھ پائیداری کا بھی خیال رکھا جاتا ہے، ان پر بھروسہ کیا جاسکتا ہے۔ پھر یہ بھی کوئی حیران کن بات نہیں کہ جاپانی بھاری مشینوں کے بنانے میں بھی مہارت کا ثبوت دیتے ہیں، ایسی مشینیں جن کے بہت سے حصوں کو بجلی کے ساتھ جوڑا گیا ہو۔ ایک لحاظ سے اشیاء کی تسخیر، جاپان کا ایک روایتی عمل ہے۔ چیزوں کو کم سے کم جگہ میں کس طرح سمو یا جاسکتا ہے، اس میں مہارت کا اندازہ جاپانی ناشتہ دانوں کو دیکھ کر ہوتا ہے۔ ایک چھوٹے سے ڈبے میں، مختلف طرح کے کھانے الگ الگ خانوں کے اندر رکھے جاسکتے ہیں۔ لی کے بقول جاپانی ایک پوری کائنات کو ایک ذرے کے اندر سمو دینے کا ملکہ رکھتے ہیں۔

ویسے تو کوریا کے باشندے بھی ایک محدود قطعہ اراضی کے اندر آباد ہیں، لیکن جاپان کے ساتھ ان کی مشابہت بس یہیں تک ہے۔ اپنے انداز فکر اور رویوں میں کوریا کے باشندے وسعت پسند واقع ہوئے ہیں، ان کے احساس جمال میں نزاکت اور صناعتی شامل نہیں بلکہ شان و شکوہ اور عظمت کی حس پائی جاتی ہے۔ کوریا کی برتن سازی میں اور اس کے ادب میں بھی یہ خصوصیت نظر آ جاتی ہے ان کی تفریحات اور انتظامی طریق کار میں بھی یہی بات شامل ہے۔ ان کے یہاں فن اور روزمرہ زندگی میں بھی کڑے اصولوں کی پابندی ناقابل برداشت ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر جاپان کے لوگ دسترخوان پر کھانے کی مقررہ ترتیب کا خیال رکھتے ہیں۔ کوریائی اس کا لحاظ نہیں کرتے۔ ان کا رویہ کچھ اس طرح کا ہوتا ہے کہ ”کھانا اگر خوش ذائقہ ہے تو چاہے کسی بھی ترتیب سے کھایا جائے اس سے کیا فرق پڑتا ہے“۔ ”نوہ“ اور ”کابوکی“ ڈرامے میں اداکاروں کی نقل و حرکت ایک خاص فنکارانہ اصولوں کے تابع ہوتی ہے اور ان کی اداکاری کا خاص اسٹائل ہوتا ہے۔ لیکن کوریا کے بہت

سے فنکارانہ اسلوب میں کام چلانے والی بات زیادہ اہم ہوتی ہے۔ چین کی کلاسیکی شاعری میں اوزان و آہنگ کے سخت اصول موجود ہیں۔ صدیوں پہلے بیشتر چینی شاعری جو جاپان میں لکھی گئی، اس میں روایتی اسلوب کا بہت خیال رکھا گیا۔ جب کہ بہت سے کوریائی شاعروں نے جوان اکتادینے والی پابندیوں سے بیزار رہتے تھے، تمام اصولوں کو خیر باد کہہ دیا۔ کوریا میں کھانے پکانے کی کتابوں میں بھی اس آزاد روی سے کام لیا گیا ہے۔ جاپان میں کھانے پکانے کی ترکیب بتاتے ہوئے ساری تفصیلات بیان کی جاتی ہیں، مثلاً کھانے میں چائے کہ چمچ کی تین چوتھائی مقدار نمک شامل کیجئے۔ کوریا میں کھانا پکانے والے کو پوری آزادی جاتی ہے۔ ”کھانے میں نمک کی مناسب مقدار شامل کیجئے“۔ کھانے پکانے کی ہر کتاب میں جاپانیوں کی اصول پرستی اور اپنے تئیں اصولوں کی پابندی دیکھی جاسکتی ہے، جو کوریا والوں کی انفرادیت پسندی، تنوع اور فطری انداز کے مقابلے میں مصنوعی لگتی ہے۔ جاپان میں کھانے کی میز پر برتنوں کا سیٹ پانچ افراد کی موجودگی کے مطابق رکھا جاتا ہے، جس کی ہر چیز بناوٹ میں بالکل ایک جیسی ہوتی ہے۔ کوریا کے باشندہ کو اس پر اعتراض ہوگا کہ ”کھانے کے سیٹ کی ہر چیز بالکل ایک جیسی کیوں ہے؟“ ان کے یہاں برتن شاذ ہی ایک سے ہوتے ہوں گے۔ ٹرین کی کھڑکی سے دیہات کا نظارہ کیجئے تو جاپان اور کوریا دونوں ملکوں کے مناظر ایک جیسے نظر آئیں گے۔ لیکن ایک شخص جو غور سے مشاہدہ کرنے کا عادی ہے، فوراً یہ محسوس کر لے گا کہ جاپان میں ٹیلیفون کے کھنبے نہایت احتیاط سے قطار میں ایک وضع کے لگائے گئے ہیں، جب کہ کوریا میں کچھ کھنبے، بعض افراد کی طرح، جنہیں قطار میں لگنا پسند نہیں، کبھی ایک طرف بھٹکے ہوتے ہیں، کبھی دوسری طرف۔ میرا خیال ہے جنوبی کوریا کے لوگ اس کے لئے کہیں گے ”کوئی وجہ نہیں کہ ٹیلیفون کے کھنبے بالکل سیدھی قطار میں لگائے جائیں“۔

جاپان کے معاشرے میں قواعد پرستی اتنی سخت ہے کہ دم گھٹتا ہوا محسوس ہوتا ہے۔ اس معاشرے میں اپنے تئیں معمولات کی پابندی اور وہی کچھ کرنا ہوتا ہے، جو دوسرے کرتے آئے ہیں۔ اس کے مقابلے میں کوریا کی انفرادیت پسندی، فرحت بخش ہے لیکن جب مقصد صنعت کے شعبے میں نفاست اور قطعیت پیدا کرنا ہو تو یہاں قومی کردار کے اختلافات نمایاں ہو کر سامنے آتے ہیں۔ جاپانی، گاڑی کے صحیح اور بے عیب پرزے اور مائیکرو چپس بنانے

میں بہت اچھے ہیں۔ یہی نہیں بلکہ چھوٹے چھوٹے گروپوں کو باہم ملانے اور کاروباری اداروں میں کارکنوں کی طاقت کو منظم کرنے میں بھی ماہر ہیں۔ لی کا بیان ہے کہ جاپانی وسیع پیمانے کے منصوبوں پر کام کرنے میں ہمیشہ ناکام رہے۔ ان کا مشورہ یہ ہے کہ دیوہیکل بننے کی کوشش نہ کرو۔ چھوٹے سے چھوٹا کام اچھے سے اچھا کر کے دکھاؤ۔ جاپان کا منفرد کلچر اسی طریقے سے انسانیت کے سرمایے میں اضافہ کر سکتا ہے۔ (یہ حوالہ جان کی ایک مشہور لوک کہانی کا ہے، جس کا کردار ایک بہت ہی ننھا سا بچہ ہے جو انگریزی کہانی ٹھام تھب (انگوٹھے کے برابر بچہ) کے مماثل ہے اور جس نے دیو پر فتح پائی تھی)۔

لی نے اپنی تحقیق سے یہ جاننا ہے کہ اشیاء کو چھوٹے سے چھوٹا کر کے دکھانا جاپان کی ثقافت کا ایک لازمی عنصر ہے بلکہ اس کا ایک سنگی پن ہے لیکن میں یہ کہوں گا کہ یہ یکسانیت پر اصرار کرنے کی ماہرانہ عادت ہے، یعنی یہ احساس کہ ہر شے مربوط اور مکمل ہونی چاہئے۔ شاید کھانے کے برتنوں کی یکسانیت اور ٹیلیفون کے کھبوں کی قطار بندی قابل توجہ ہے، لیکن یہ جاپانیوں کی فطرت ہے کہ ہر چیز میں ترتیب پیدا کرتے ہیں، چاہے اس کی ضرورت نہ بھی ہو، حالانکہ انفرادیت بجا طور پر قابل ترجیح ہے، لیکن اوپری درجے کے دفتری ملازم جو لباس پہنتے ہیں اور اسکولوں کے بچے جس طرح سبق پڑھتے ہیں، ہم ان کو بھی ایک معیار کا پابند بنانا چاہتے ہیں۔ چیزیں تنوع اور مختلف ہوں تو ہم اطمینان محسوس نہیں کرتے۔ کسی بھی جاپانی کمپنی کے وسیع و عریض دفتر میں گھوم پھر کر دیکھ لیجئے۔ سبھی مرد ملازموں نے گہرے نیلے رنگ کی قمیص پہنی ہوگی، جیسے سبھی نے ایک ہی درزی کی سرپرستی کا دوستانہ معاہدہ کر رکھا ہو۔ کوئی نجی ذوق یا ذاتی پسندیدگی نظر نہیں آتی۔ یہ بھی نہیں کہ کمپنی نے اس بارے میں کوئی حکم دے رکھا ہو، بس یہ تو کلچر کی مجبوری ہے۔

ہنرمندی

جرمن کیمرے لائیکا اور کنیکس، دنیا بھر میں مشہور تھے۔ جب جاپانیوں نے کیمرہ سازی کا چیلنج قبول کیا، یہ اس سے بہت پہلے کی بات ہے۔ جرمن کیمرے کا بیرونی حصہ، اس کا کیس بہت خوبصورت ہوتا تھا لیکن اندر کے پرزے ایسے نہ تھے۔ جرمن والوں کی منطق یہ ہے کہ صنعت کار جہاں مناسب سمجھتا ہے، کفایت کرتا ہے، لیکن جاپانی کیمرے کی ساخت

اندر سے بھی خوبصورت ہے، حتیٰ کہ وہ جسے بھی خوبصورت ہیں جو نظر نہیں آتے۔ جاپان میں تمام کیمرہ ساز کمپنیوں نے اس معاملے میں معمول سے زیادہ تردد سے کام کیا ہے، کیوں؟ اس لئے کہ جاپانی گاہک ایک ”ناکمل“ چیز سے کبھی مطمئن نہیں ہوں گے۔ جاپان کے درزیوں نے صدیوں تک ہاف کوٹ (واسکٹ) کی تیاری میں بہترین کپڑا استعمال کیا ہے اور اس کی تراش اور سلائی میں غیر معمولی احتیاط برتی ہے، حالانکہ یہ لباس تو اوپر سے نظر بھی نہیں آتا۔ جاپان کے اچھے درزی آج بھی کپڑے کے اندر کی لائننگ اور سلائی میں بڑی توجہ صرف کرتے ہیں۔ مغربی ملکوں کے ٹیلر لباس کی ڈیزائننگ اور فٹنگ کے معاملے میں بہترین کام کرتے ہیں، جو سامنے نظر آتا ہے، لیکن کمی کہیں اور چھوڑ دیتے ہیں۔

میں اپنے بچپن میں جاپان اور امریکہ کے جنگی جہازوں کو دیکھنے کے لئے جایا کرتا تھا۔ میں نے خاص طور پر یہ بات دیکھی کہ جاپان کے شاہی جنگی جہازوں کے اندران کی آرائش وزینائش میں نہایت تکلف برتا جاتا تھا، لیکن امریکی جہاز میں محض کام چلاؤ ہوتے تھے۔ جاپانی جہازوں کے پائپ بالکل سیدھے اور ان کے والو ڈھکے ہوئے ہوتے۔ امریکی جہازوں کے پائپ رکاوٹوں کے باعث ٹیڑھے اور ان کی والو بے پردہ ہوتے۔ درست ہے کہ وہ جنگی جہاز تھے، تفریحی سفر کے پر آسائش جہاز نہ تھے، لہذا اندرونی آرائش کرنے والوں کے لئے وہ سارا تکلف بیجا تھا، اس کے باوجود جنگی جہازوں کے تقابل سے ہی ثقافتوں کا فرق ظاہر ہو جاتا ہے۔

جاپانی چھپی ہوئی چیزوں پر بھی گہری توجہ صرف کرتے ہیں اور ان کی خواہش یہ ہوتی ہے کہ ان کے بنائے ہوئے کاریگری کے نمونے آنکھوں کو بھلے لگیں۔ کچھ تو اس لئے کہ یہ گاہکوں کا مطالبہ ہوتا ہے، لیکن یہ بھی ہے کہ مزدور چاہے وہ فیکٹری میں کام کرنے والے درمیانہ درجے کے کارکن ہوں یا دست کار، ہر کام کو خوبصورتی کے ساتھ مکمل کرنے کی گونہ خوشی محسوس کرتے ہیں۔ بہت سے قارئین کو شاید یہ ماننے میں تکلف ہو، لیکن ایک کام کو خوش اسلوبی کے ساتھ انجام دینے میں جو فخر محسوس ہوتا ہے، آپ خواہ اسے صناعی کہہ لیں یا اپنے کام کو ہر طرح مکمل کرنے میں انتہا پسندی کا رویہ، بہر حال فخر ہے۔ جاپان کی تنظیمی اور کاروباری سرگرمیوں کے پیچھے ایک بڑی طاقت ہے۔ وہ خلوص (جس کا بیان، اس کتاب کے باب چھ میں موجود ہے) بھی جس کا مظاہرہ کام کے سلسلے میں ہوتا ہے، ایک

جاپانی رویہ ہے، جسے ضمیر کا اطمینان کہتے ہیں۔ جاپان کی مشینوں میں کیلوں کے سروں پر لکیر کا نشان بھی بالکل سیدھا ہوتا ہے۔ یہاں یہ کافی نہیں ہے کہ پرزے کا رکردگی میں بے عیب ہوں ذوق حسن کی تسکین کے لئے ان کا خوشنما ہونا بھی ضروری ہے۔ اپنے کام میں دلچسپی اور فنکارانہ شعور، مل کر صناعی میں ظاہر ہوتے ہیں۔ میں کیوٹو کے ایک ہزار سال پرانے کاریگروں کی بات نہیں کر رہا ہوں۔ وہ فنکارانہ شعور تو آج کے صنعتی مزدوروں میں بھی ہے۔ حسن اپنا جواز آپ ہے۔ اگرچہ عملی طور پر اس کی ضرورت نہ ہو، لیکن مثال کے طور پر مال کی فروخت میں اضافے کے خیال سے، کارکن اپنی مصنوعات کو بہتر بنانے کی کوشش ضرور کریں گے۔ آپ خواہ اس کو گروہ بندی کا نام دیں یا ”جاپانی اجارہ داری“ کہیں، لیکن کام کی تکمیل میں اس انتہا پسندی میں جاپان کو ایک صنعتی طاقت بنا دیا ہے۔

ماحول پیدا کرنا

جاپان کی کمپنیوں اور اداروں میں کارکنوں کو فرداً فرداً ترغیب دینے کے مقابلے میں اس بات کو بہت زیادہ اہمیت دی جاتی ہے کہ حس جمال کا ایک ماحول پیدا ہو۔ تکمیل پسندی کے بعد اس کی اہمیت بھی بہت ہے۔

امریکہ کے معاشرے میں جہاں افراد کے درمیان خواہشوں اور شخصیتوں کا تصادم ہوتا ہے تو مذاکرات کے ذریعے معاملات طے کیے جاتے ہیں۔ جاپان کے معاشرے میں جس بات پر زور دیا جاتا ہے وہ ہے، رواداری، یعنی فریق مخالف کو بھی اپنے درمیان جگہ دینا اور اس کے موقف کو بھی سمجھنا۔ مثال کے طور پر کسی کارپوریشن میں کارکنوں کی ایک کثیر تعداد (یہاں انفرادیت کوئی مسئلہ نہیں) آپس میں متحد ہو کر ایک دوسرے کی مدد کرتی ہے۔ اس طرز عمل کے نتیجے میں معیشت بحیثیت مجموعی ترقی کرتی ہے۔ حالانکہ دو الگ الگ معاشروں میں بہت سی خصوصیات مشترک ہوتی ہیں یعنی ترقی و تعمیر کے لئے پسندیدگی۔ لیکن صنعتی پالیسی کے سلسلے میں اختلافات انہیں ہمیشہ ایک دوسرے سے دور رکھتے آئے ہیں۔ جاپانی طرز کی تنظیمیں ایک مثبت اور تخلیقی ماحول پیدا کر کے اپنی سرگرمیوں کو وسعت دیتی ہیں، جیسے ان کی فرم کوئی میلہ لگا رہی ہو یا تہوار منا رہی ہو۔ کارکنوں کی ٹولیاں ایک مشترکہ کاروبار کو آگے لے جانے کے لئے بے اختیار کام میں جٹ پڑتی ہیں۔ جاپان

کے معاشرے کی قیادت کوئی مرد آہن نہیں کرتا۔ اس معاشرے کا محرک اسی نوعیت کا عام ماحول ہے۔ ایک اشتہاری کمپنی نے امریکہ اور جاپان کے ٹی وی کمرشلز کا جائزہ لیا ہے، اس جائزے کے مطابق امریکی ناظرین یہ جانے سے قاصر ہیں کہ جاپان کے مشہورین آخر کیا چیز پینا چاہتے ہیں کیونکہ جاپان کے کمرشلز میں اشیاء کی براہ راست فروخت کے مقابلے میں نمائش اور اثر آفرینی زیادہ ہوتی ہے۔ اشتہارات کی صنعت میں ایک معاہدے کے تحت فروخت کی جانے والی اشیاء کا تقابل ممنوع ہے، یعنی اعداد و شمار کی بنیاد پر ایسی اطلاعات کی تشہیر جس میں صارفین کے لئے منطقی طور پر کشش موجود ہو۔ تاثراتی نوعیت کے اشتہارات میں متن بالکل مختصر ہوتا ہے اور کسی دلاویز قدرتی منظر کے درمیان چند خوبصورت تجریدی الفاظ نظر آ جاتے ہیں۔ ایسے کمرشلز جن میں جذباتی اپیل ہو زیادہ موثر ہوتے ہیں، ان اشتہارات کے مقابلے میں جن میں استدلال ہو اور نظریں صارفین کی جیبوں پر لگی ہوں۔

جاپان کے لوگ کچھ ایسی چیزوں کو پسند کرتے ہیں، جن کی پسندیدگی کی وجہ وہ خود بھی نہیں بتا سکتے۔ یہ کچھ اسی طرح کا احساس ہے، جیسے ایک مشکل اور پیچیدہ کتاب پڑھنے کے بعد آپ یہ کہیں کہ ”غالباً یہ کوئی معرکہ آرا تصنیف ہے“۔ بدھ مت کے پجاری جنازے پر جو اشلوک پڑھتے ہیں، آج ایک اوسط حیثیت کا جاپانی ان کا مفہوم بہت ہی کم سمجھتا ہے۔ لیکن ایک عام جاپانی ان کے متن سے زیادہ شیفتگی رکھتا ہے کیونکہ وہ ان کا مفہوم سمجھ ہی نہیں سکتا۔ سری لنکا سے آتے ہوئے ایک طالب علم نے ایک بار کہا تھا کہ اسے یہ دیکھ کر بہت عجیب لگا کہ جاپان کے بودھ چپ چاپ عقیدت و محویت کے عالم میں سر جھکائے بیٹھے اس اشلوک کو سن رہے ہیں، جن کا مفہوم دور دور تک ان کے قیاس میں بھی نہیں۔ اس کے مقابلے میں پالی زبان میں لکھے ہوئے بدھ مت کے اشلوک اور بائبل کی عبارتیں بغور سننے والے کی سمجھ میں زیادہ آتی ہیں۔ ایک مقدس بودھ پجاری (90-1118) کی ایک ”واکا“ (نظم) اس خیال کی بہترین ترجمانی کرتی ہے کہ جو بات ہم نہیں سمجھتے وہ اسی لئے زیادہ بیش قیمت ہوتی ہے۔

یہاں کون رہتا ہے؟

مجھے محسوس ہوتا ہے کہ یہ کوئی پاکیزہ مقام ہے
کسی تحیر خیز وجود کی موجودگی

میں محو حیرت کھڑا ہوں

ایک خاموش ارتباط کی کیفیت سے سرشار

جاپانیوں کو حد سے بڑھی ہوئی قانون پسندی اور مسائل سے نبھنے کے لئے جارحانہ تجربے کا طریقہ سخت ناپسند ہے۔ اس لئے منطق اور خطابت جان میں کبھی فروغ نہ پاسکی۔ عقلیت پسندی کا تذکرہ اکثر حقارت سے ہوتا ہے، چنانچہ مغرب والوں میں ہمارے لئے اکثر غلط فہمی پیدا ہو جاتی ہے۔ لوئی فروئس (Lui Frois) (9-1532) پرتگال کا جیسوٹ مشنری تھا۔ وہ 1963ء میں جاپان آیا۔ اس نے یہاں کے رسوم و رواج کا اور جو واقعات ان کے مشاہدے میں آئے، ان کا تذکرہ اپنی کتاب ”یورپ اور جاپان: ایک ثقافتی تقابل“ میں تفصیل کے ساتھ کیا۔ وہ لکھتا ہے کہ ایک یورپی باشندے کے لئے یہ بات نہایت توہین آمیز ہوگی کہ کوئی کسی شخص کے منہ پر کہے کہ تم جھوٹے ہو۔ لیکن جاپانی اس الزام کو محض تمسخر سمجھ کر ہنسی میں اڑا دیں گے۔ فروئس کے بقول یورپی اپنی بات صریح پیرائے میں، الجھاؤ سے بچتے ہوئے اس طرح کہیں گے کہ وہ ذومعنی نہ ہو، جاپانیوں میں مبہم پیرائیہ بیان بہت پسند کیا جاتا ہے۔

ٹوکوگاوا یوشی مونے (Tokugawa Yoshimune) (1684-1751ء)

کی عملداری کے زمانے میں کوریا کا ایک وفد جاپان آیا تھا۔ اس وفد نے اور اٹھارہویں صدی میں جاپان کا دورہ کرنے والے شخص سن یوہان (Sin Yu Han) دونوں نے اپنی یادداشتوں میں لکھا کہ جاپانیوں کے رسوم و رواج میں فریب کاری اور بے مہری اندر تک رچی ہوئی ہے اور یہاں کے لوگ نہایت آزادی سے جھوٹ بولتے ہیں۔ جاپان سے باہر کے لوگوں نے جاپانیوں کو اکثر ناقابل اعتبار سمجھا ہے جو ان کے بیان کے مطابق ہمیشہ مبہم بیانات دیتے ہیں اور ان کے جواب گول مول ہوتے ہیں تاکہ ان کے ارادوں پر پردہ پڑا رہے۔ لیکن ہمارا معاملہ یہ ہے کہ ایک اجنبی کو یا ایک مسافر کو جو ایک طویل اور پرخطر سفر کے بعد ایک غیر ملک سے یہاں آیا ہو، جیسا کہ فروئس تھا، اس کے منہ پر ”نا“ کہہ دینا ناشائستہ بات ہوتی۔ اگر معاملت جو جاپانیوں کے درمیان ہوتی جو ایک دوسرے کے مزاج شناس ہوتے تو ان میں سے ایک دوسرے کے ”نا“ کا مفہوم فوراً سمجھ لیتا۔

لوئی فروئس نے اپنا ایک اور دلچسپ مشاہدہ بیان کیا۔ یورپی لوگوں کے لباس میں

ادپر کا کپڑا اندر کی طرف استعمال ہونے والے استر کے مقابلے میں ہمیشہ اعلیٰ درجے کا ہوتا ہے، لیکن جاپان کے بڑے لوگوں کے ملبوسات میں استر کا کپڑا باہر استعمال ہونے والے کپڑے سے بہتر پایا گیا ہے۔ یورپی لوگ اپنے غصے کا اظہار برملا کرتے ہیں، لیکن جاپانی انوکھے طریقوں سے اپنے احساسات کو دبا لیتے ہیں۔ یورپی لوگ اپنے بچوں کو جسمانی سزا کے ذریعے مودب بناتے ہیں، یہ طریقہ جاپان میں شاذ ہی استعمال ہوتا ہو۔ یہاں ڈانٹ ڈپٹ زبانی ہوتی ہے اگر دیکھا جائے تو آج بھی مشاہدے میں یہی باتیں آئیں گی۔ وقت کے گزرنے کا اثر کلچر پر کتنا معمولی ہوتا ہے۔ اس کا ثبوت جاپان میں ملتا ہے۔

چیری بلوسم جاپان کے سب سے پسندیدہ پھول ہیں، ہر سال بہار کی آمد پر ساتھ کام کرنے والے مزدور، دوست احباب اور ہمسایوں کی ٹولیاں پھولوں کا نظارہ کرنے کے لئے اکٹھا ہوتی ہیں۔ یہ بھی ایک ضیافت ہوتی ہے چین اور کوریا کے باشندوں کو بھی شفتالو کے پھولوں سے شاعرانہ محبت ہے (جو سرما کے اواخر میں کھلتے ہیں) (لیکن ان میں سے کوئی بھی گروہ درگروہ شفتالو یا چیری بلوسم کی بہار دیکھنے کے لئے نہیں جاتا)

اپریل کے اوائل میں جب موسم قدرے گرم ہونے لگتا ہے اور چیری کے درخت پھولوں سے ڈھک جاتے ہیں جاپان کے شہری لاکھوں کی تعداد میں پبلک پارکوں میں جمع ہوتے ہیں اور پھولوں کے سائے تلے آرام کرتے ہیں۔ ایسے میں خوب مداراتیں ہوتی ہیں۔ لوگ شراب پیتے ہیں بلند آواز سے گاتے ہیں اور اس غرض سے لاؤڈ سپیکر بھی استعمال کرتے ہیں۔ پھریوں بھی ہوتا ہے کہ سرخوش و بدست ٹولیاں اپنی صفوں سے نکل کر ساتھ کی پارٹیوں میں گھس جاتی ہیں۔ پھر ان کی آپس میں نوک جھونک شروع ہوتی ہے۔ یہ گویا جاپان کا مقابلہ ہے جو، صنعتی معاشرے کا ایک چھوٹا سا نمونہ ہوتا ہے۔ اگر لوگوں کو محض چیری کے پھولوں کو دیکھنے کی خواہش ہوتی تو انہیں پبلک پارکوں میں جانے کی ضرورت نہ ہوتی جو ہزاروں بلکہ لاکھوں تماشائیوں کی آمد سے کچا کھج بھرا ہوتا ہے۔ ایک مشہور ہائیکو ہے۔

ہجوم سے دور

چیری کے پھول جھوم کر ”ہیلو“ کہتے ہیں

جب میں ان کے پاس سے گزرتا ہوں

ہائیکو کا مصنف ہمیں بتا رہا ہے کہ پہاڑیوں پر سامنے کی جانب جہاں ہنگامہ پرور

ہجوم اکٹھا ہوتا ہے، وہاں چیری بلوسم کی بہار سے لطف اندوز ہونا دشوار ہے، البتہ پہاڑیوں کی پشت پر جہاں سناٹا ہوتا ہے، خاموشی میں اس کی بہار دیکھی جاسکتی ہے، لیکن حقیقت یہ ہے کہ چند ہی جاپانی ایسی پرسکون جگہوں پر جانا پسند کرتے ہیں۔ ہر شخص پہاڑی کے اس جانب جانا چاہتا ہے جہاں بہت سا شور و غل اور ہنگامہ ہو اور جہاں بھیڑ میں وہ اس طرح دھکم پیل سے گزریں، جیسے رش کے اوقات میں جانے آنے والے لوگ گزرتے ہیں۔

اس کے مقابلے میں برطانیہ میں فطرت سے لطف اندوز ہونے کا ایک مقبول طریقہ پرندوں کا مشاہدہ کرنا ہے، جو بنیادی طور پر ایک تنہائی کا عمل ہے۔ اس کے لئے سناٹا چاہئے تاکہ چڑیوں کو دیکھ بھی سکیں اور ان کی آوازوں سے بھی لطف اٹھائیں۔

جاپانیوں کو محض چیری کے درختوں سے دلچسپی نہیں ہوتی، ہم چاہتے ہیں کہ پہلے اپنا ایک گروپ بنائیں، پھر ایک مناسب جگہ پر دوسرے گروپوں کے درمیان بیٹھیں۔ چیری بلوسم کا نظارہ کرنا، اجتماعی سیر سپاٹے کا ایک بہانہ ہوتا ہے۔

یہ خوش گوار سالانہ تقریب بہار کے گرم موسم اور گروہی سرگرمیوں کے ساتھ جا کر مل جاتی ہے۔ سیر کے لئے پہاڑیوں کے خاموش سمت جانا، تنہائی اور افسردگی اور روحانی تقویت سے محرومی کی بات ہوگی۔ جاپان کے باشندے بچپن سے ہی اپنے قریبی ساتھیوں اور دوستوں کے ساتھ بہار کی اس تقریب میں شریک ہوتے آئے ہیں۔ چیری کی گرتی ہوئی پنکھڑیوں کے درمیان ہم کبھی اس طرح ملتے ہیں کہ ملاقاتوں کے درمیان باتیں ہوتی ہیں اور کبھی نشے سے سرشار نگاہوں کے درمیان ملتے ہیں۔ رفتہ رفتہ یہ گروہی سرگرمی انفرادی اور اجتماعی شعور کا حصہ بن جاتی ہے۔

ثقافتوں اور کارپوریشنوں کے درمیان مفاہمت

میں اس باب کی ابتدا میں کاروباری لین دین اور انتظامیہ کی مجموعی صورت حال بیان کروں گا۔ اس کے بعد میں اپنے نقطہ نظر کو جاپان کی نئی انتظامی حکمت عملی پر منطبق کروں گا۔ اس بحث سے ظاہر ہو جائے گا کہ جاپان کے کاروباری طور طریقے، ثقافتی طور پر امریکیوں کے انداز سے کسی طرح میل نہیں کھاتے۔ ہمارے درمیان تجارت میں اختلاف کا ایک بڑا سبب بھی اس سے واضح ہو جائے گا۔

میں انیسویں صدی کے جاپان کا بھی اجمالاً تذکرہ کروں گا کہ یہاں خالصتاً مقامی نوعیت کی انتظامی حکمت عملی کس طرح استعمال کی گئی، مغرب کے چیلنج کا مقابلہ کیا گیا اور بالآخر ہم نے مغرب کو جالیا۔ اس وقت اگر جاپان کی ابھرتی ہوئی صنعتی دنیا نے غیر ملکی انتظامی طریقے اختیار کئے ہوتے تو ترقی کی اس سطح تک پہنچنا غیر ممکن ہوتا۔ مختصر بات یہ کہ وہ ہمارے مختلف طریقے تھے، یعنی گروہ بندی اور مصنوعات کو خوب تر بنانے کی مہارت جس نے جاپان کو آگے نکلنے کا موقع فراہم کیا۔ مغرب کی ثقافت نے جو مواقع فراہم کئے تھے، ان سے درگزر کرتے ہوئے جاپان ترقی یافتہ قوموں کی صف میں شامل ہو گیا۔ میں یہاں اس سوال پر بھی بحث کروں گا کہ جاپان جدید دور میں کس طرح داخل ہو گیا، جب کہ اس کے ہمسایہ ممالک، چین اور کوریا اس کوشش میں ناکا ہو گئے۔ سماجیات کے عالموں اور کاروباری لوگوں کے لئے بھی اس سوال میں ہمیشہ سے بڑی کشش رہی ہے۔

ہم وثوق سے یہ نہیں کہہ سکتے کہ انسانوں کے کون سے رویے موروثی ہوتے ہیں اور کون سے اختیاری۔ یہ نکتہ ابھی بھی پوری طرح واضح نہیں کہ ثقافت کی سماجی وراثت پر کن عناصر کی بنیاد ہے۔ باوجود ان تمام ترقیوں کے جو نفسیات، سماجی نفسیات، سوشیالوجی (سماجیات) اور علم البشریات کے شعبوں میں ہوئی ہے، طبعی اور اختیاری رویوں کے

درمیان واضح تفریق کرنا اب تک ممکن نہیں ہو سکا ہے۔ بہت سے اقسام کے رویے آفاقی ہیں اور کسی ایک ثقافت کے تابع نہیں۔ آپ کی ایک دوستانہ مسکراہٹ عام نشانی ہے، دوسرے فریق کے لئے کہ آپ اس کے بدخواہ نہیں اور آپ اس پر حملہ نہیں کریں گے۔ تقریباً ہر معاشرے میں یہ دیکھا گیا ہے کہ بہت سے لوگ اگر ایک تنگ جگہ میں، مثلاً ایک پرہجوم لفٹ میں ہوں تو دوسروں کے مقابل آنکھیں چار کرتے ہوئے ان میں خفیف سی چمک آجائے گی، ان آنکھوں کی چمک میں خیر مقدم کا انداز ہوگا۔ اس سے ظاہر ہوگا کہ دیکھنے والے کا رویہ دشمنی کا نہیں (جاپانی اس سے مستثنیٰ ہیں۔ لفٹ میں سفر کرتے ہوئے ہمارے چہرے ہر طرح کے تاثر سے خالی ہوتے ہیں کیونکہ ہمیں فطری طور پر اجنبیوں سے حجاب محسوس ہوتا ہے)۔

بچے چڑچڑے اور شرمیلے ہوتے ہیں۔ یہ ان کا طبعی انداز ہے اور ساری دنیا میں ہے۔ بڑا ہوتا ہوا بچہ دوسروں کے بارے میں متضاد احساسات رکھتا ہے، ایک طرف تو اس کی خواہش ہوتی ہے کہ سمٹ کر اپنے والدین کے پہلو میں آجائے اور انہیں پر بھروسہ کرے دوسری طرف وہ اس تعلق کو توڑ کر خود مختار بننا چاہتا ہے۔ اب ان دونوں میں سے کون سی خواہش حاوی ہوتی ہے، اس کا تعین ثقافتی ماحول کرے گا۔ سائیکیاٹرسٹ (معالج نفسیات) ڈوئی ٹاکیو نے پہلے رجحان یعنی والدین پر بچے کے تمام تر انحصار کو ”انحصار کی نفسیات“ یا امائے (amae) کا نام دیا ہے۔ اپنی کتاب (The Anatomy of Dependence) کے لئے انہوں نے کئی ملکوں سے نفسیاتی تجزیے کے نمونے حاصل کئے ہیں۔ ان کا کہنا ہے کہ اگرچہ جاپان کے معاشرے میں امائی یعنی انحصار پسندی کی نفسیاتی کیفیت رچی ہوئی ہے، لیکن یہ نفسیاتی صورت حال بنیادی طور پر دنیا بھر کے انسانوں میں مشترک ہے۔ ڈوئی نے کہا ہے کہ یہ انحصار کا جذبہ عالمگیر ہے اور کلچر کی نمود سے پہلے کی چیز ہے۔ اس نے کہا میرا خیال ہے کہ مغرب میں انفرادیت پسندی پر جو بہت زور دیا جاتا ہے، اس کی وجہ سے انحصار کا میلان دب جاتا ہے لیکن جاپان جیسے ملک کے گروہی کلچر میں یہ انحصاریت پسندی پھیل جاتی ہے۔ مشترکہ نسلی عناصر جو کلچر میں نفوذ کرتے ہیں بڑی حد تک انسانوں کے رویوں اور تنظیموں کے طرز عمل کا تعین کرتے ہیں۔ انسانی رویے کے تمام پہلوؤں کو سمجھنے کے لئے سب سے پہلے ان محرکات کا تجزیہ کرنا چاہئے جن سے مل کر رویے تشکیل پاتے ہیں۔ سب

سے پہلے طبعی، موردنی عناصر آتے ہیں، مثلاً فرد کی جذباتی ساخت۔ دوسرے وہ سماجی اور ثقافتی عناصر ہیں، مثلاً عملی زندگی کا رویہ۔ تیسرے اعصابی و نفسیاتی پہلو، جو فرد کے میلانات کا تعین کرتے ہیں۔ اداروں اور تنظیموں کا تجربہ بھی اسی طور کیا جاسکتا ہے۔

اداروں کے درمیان، ثقافتی بتادلوں کے اثرات کا تجربہ بھی ضروری ہے تاکہ دونوں ثقافتوں میں جو عناصر موجود ہیں (اور وہ بھی جو ناموجود ہیں) ان کا تقابلی مطالعہ ہو سکے۔ بین الاقوامی کاروباری سرگرمیوں کے ضمن میں یہ ضروری ہے کہ جو فریق اس میں شریک ہیں، وہ مشترکہ بنیادیں دریافت کریں اور جو بنیادیں ایک دوسرے کے لئے نامانوس ہیں، ان کی حقیقت کو تسلیم کر لیں حالانکہ سیاسی اور اقتصادی مفادات اگر مشترک ہوں تو یہ بہت اہم بات ہوگی، لیکن کسی مشترکہ کاروبار کی کامیابی کے لئے محض اتنا ہی کافی نہیں۔ باہمی مفاہمت اور ایک دوسرے کے لئے احترام کا ہونا بھی بے حد اہم ہے اور یہ ہو تو اکثر سیاسی اور اقتصادی اختلافات پر بھی قابو پالیا جاتا ہے۔

پہلی بار آ مناسا منا: قدرے پریشانی کی بات

جب دو افراد باہم ملتے ہیں یا دو گروپوں کے درمیان کسی طرح کا معاملہ ہوتا ہے تو دونوں بیک وقت اپنی طاقت اور دوستانہ ارادوں کی نمائش کرتے ہیں۔ جب اولمپک میں یا دوسرے بین الاقوامی کھیلوں کے مقابلے میں قومی ٹیمیں اسٹیڈیم کے اندر داخل ہوتی ہیں تو ان کی قیادت کوئی بچہ یا کوئی نوجوان خاتون کرتی ہے، جس کے ہاتھ میں پلے کارڈ اور اس پر متعلقہ ملک کا نام لکھا ہوتا ہے۔ یہ ایک صحیح علامت ہوتی ہے، قومی غرور کی اور ساتھ ہی پرامن مقاصد کی۔

یہ معمول تمام ثقافتوں کا ہے کہ لوگ ابتدائی ملاقاتوں میں محاذ آرائی اور پرامن ارادے، دونوں کا بیک وقت مظاہرہ کرتے ہیں۔ تاہم ایسے ماحول میں جہاں مختلف ثقافتی اثرات کام کر رہے ہوں۔ یہی بات بھونڈے پن کے ساتھ کہی جائے یا پراعتقاد لہجے میں، اس کا انحصار اس بات پر ہے کہ لوگ، دوسرے کچھ کے افراد کے ساتھ معاملہ کرنے میں کس طرح کا تجربہ رکھتے ہیں۔ شمال مشرقی ایشیا کے ایک دور افتاد منطقے میں مدتوں رہنے کی وجہ سے جاپان کے باشندے پہلی ملاقاتوں میں غیر معمولی طور پر بے تدبیری کا مظاہرہ کرتے

ہیں چونکہ وہ آپس ہی میں ایک دوسرے کے ساتھ معاملہ کرنے کے عادی ہیں، لہذا ان کی کوشش یہ ہوتی ہے کہ وہ اپنے کاروباری اور سفارتی روابط سے اسی طرح نبٹیں، جیسے وہ اپنے جاپانیوں سے ہی معاملہ کر رہے ہوں بجائے اس کے کہ ہم طاقت اور صاف دلی کے ملے جلے رویے سے کام لیں، ہم صرف اپنے خلوص کے اظہار پر پوری توجہ صرف کر دیتے ہیں۔ فیاضانہ صاف دلی کی بنیاد نیک نیتی پر ہوتی ہے اور اس خوش گمانی پر کہ دوسرا فریق بھی اسی طرح جواب دے گا، لیکن غیر جاپانی باشندوں کے نزدیک ہمارا طریقہ ناقابل حد تک سرسری یا بے توجہی پر مبنی محسوس ہوتا ہے، اس سے بدگمانیاں بھی پیدا ہوتی ہیں۔ اس کی بجائے انتہائی رسمی اور نپے تنے انداز میں مذاکرات پڑٹ جانا پسند کیا جاتا ہے۔ جاپانیوں کی کوشش یہ ہوتی ہے کہ نیک احساسات اور خوش دلانہ جذبات کا ماحول پیدا کریں تاکہ آئندہ تعلقات کی بنیاد پڑ جائے، یہ کچھ اسی طرح کاروبار ہوتا ہے جسے وہ کسی دوسرے جاپانی یا جاپان ہی کی کسی فرم سے کاروبار کر رہے ہوں۔ ان مذاکرات میں وہ کوئی واضح حکمت عملی اختیار نہیں کرتے بلکہ اپنے مخاطب کے رد عمل کی بنیاد پر کبھی ایک طریقہ اختیار کرتے ہیں، کبھی دوسرا۔ اس سے غیر ملکی لوگ اکثر یہ نتیجہ نکالتے ہیں کہ جاپانیوں کا کوئی اصول نہیں ہوتا اور وہ مطلب نکالنے کے لئے کچھ بھی کر سکتے ہیں۔ بالآخر کاروبار کی ابتدائی بات چیت کئی موقعوں پر بد مزگی کے ساتھ ختم ہو جاتی ہے۔ جاپانی سوچتے ہیں ”ہم نے اپنا خلوص دکھانے کے لئے اپنی سی بہترین کوششیں کیں، اس کے باوجود وہ ہمیں نہیں سمجھ سکے (یعنی ہمارے موقف کے جواب میں ہمدردانہ رویہ اختیار نہیں کیا) اور محض اپنے مطالبوں پر اصرار کرتے رہے“ اس کے برعکس غیر ملکی فریق سوچتا ہے ”جاپانی ہمیشہ ایک ہی بات کہتے ہیں، ہر معاملہ پر الگ الگ بات۔ آپ انہیں چند واضح اصولوں کا پابند کر ہی نہیں سکتے۔ آج وہ ایک بات کہتے ہیں، کل دوسری بات۔ ہر مرتبہ کوئی نئی تاویل نکال لیتے ہیں۔ آپ سمجھ ہی نہیں سکتے کہ وہ کیا سوچ رہے ہیں“۔

تعارف کے مرحلے میں، بالکل جیسے دو قبائل کے درمیان ہوتا ہے، دونوں فریق یہ فرض کر لیتے ہیں کہ دوسرا انہیں ہلاک نہیں کرے گا۔ اس طے شدہ مرحلے کے بعد وہ رابطے کے دوسرے مرحلے میں داخل ہوتے ہیں، جو حقیقی عملی کارروائی کا مرحلہ ہوتا ہے۔ عملی اقدام کے لئے کس طرح کے گروپوں اور اداروں کا بنانا لازمی ہے، اب اس کے فیصلے کی

ذمہ داری سیاست دانوں اور کاروباری شعبے کے سربراہ افراد کی ہے۔ ایک گروپ کے رکن کی حیثیت سے کسی شخص کی سماجی اور ثقافتی سرگرمیوں کو دو حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے اس کا ایک کردار رابطہ پیدا کرنے کا ہے، دوسرا کردار عملی اقدام کرنے کا۔ عمل سے پہلے ہمیشہ رابطہ پیدا کیا جاتا ہے اور جہاں معاملہ دو مختلف ثقافتوں کے درمیان رابطے کا ہو، تو رابطے کی غیر معمولی صلاحیت اور مہارت درکار ہوتی ہے۔

رابطے کا وسیلہ۔ زبان

بول چال کی زبان رابطے کا اہم ذریعہ ہوتی ہے، اور جیسا کہ باب ۳ میں لکھا جا چکا ہے، اکثر اوقات زبانوں کے ثقافتی منطقی ہوتے ہیں۔ زبان موجودہ دور میں اس وقت ایک سیاسی مسئلہ بن گئی جب قومی ریاست نے بین الاقوامی سیاست میں ایک وحدت کی حیثیت اختیار کر لی۔ سرکاری نظم و نسق کو ایک معیار پر چلانے اور قومی اتحاد کا ایک احساس برقرار رکھنے کے لئے ہر ملک نے ایک مشترکہ زبان یا سرکاری زبان اختیار کرنے کا فیصلہ کیا۔ اس طرح جس زبان کو یہ درجہ دیا گیا اس نے قومی استحکام کی علامت اختیار کر لی یا اس کے لئے کوشاں ہو گئی۔ کسی ملک کو جدید دور میں لانے کے لئے وہ لوگ ایک مشترکہ زبان کی ضرورت محسوس کرتے ہیں جو اس ملک کا کاروبار، فوج اور تعلیمی نظام کے ادارے چلاتے ہیں۔ قوم پرستی کی تحریک اور قومی ریاست کی تشکیل سے پہلے، لسانی اختلافات برداشت کر لئے جاتے تھے۔ مختلف زبانیں بولنے والے لوگ آپس میں مل جل کر پر امن طریقے سے رہتے تھے۔ اس گروہ کے لوگوں سے امتیازی سلوک نہیں کیا جاتا تھا اور نہ ان کی تضحیک کی جاتی تھی، جو اقلیتی آبادی کی زبان بولتے تھے۔ لیکن قومی ریاستوں کے حالیہ دور میں ہر ملک کی ایک قومی زبان ہے۔ اگر دنیا کے ممالک باہمی روابط میں سہولت پیدا کرنا اور انہیں بہتر بنانا چاہتے ہیں تو انہیں لسانی رکاوٹوں کو دور کرنا ہوگا تاکہ بین الاقوامی تعلقات استوار ہوں۔

باہمی رابطہ زبان کے ذریعے ممکن ہے اور غیر لسانی طریقے سے بھی۔ ماہر لسانیات جے۔وی۔ نیسٹپنی (J.V. Neustupny) اپنی انگریزی تصنیف ’’جاپانیوں کے ساتھ رابطے‘‘ (جاپان ٹائمز 1987ء) اور ایک دوسری کتاب (غیر ملکیوں کے ساتھ

رابطے) (اوانامی 1982ء) میں لکھتے ہیں کہ بعض اوقات رابطے کا غیر لسانی طریقہ زیادہ اہم ہوتا ہے حالانکہ جاپانی، زبان کے ذریعے رابطہ قائم کرنے میں زیادہ کامیاب نہیں، لیکن غیر لسانی طریقوں میں خاصی مہارت رکھتے ہیں۔ وہ کہتے ہیں کہ لسانی اور غیر لسانی دونوں طریقے مغرب کے ممالک میں اور جاپان میں مختلف ہیں۔ ماہر لسانیات نے بتایا کہ بہت سے جاپانی رابطہ پیدا کرنے میں اپنی ناکامی کا ذمہ دار غیر ملکی زبانوں میں اپنی ناکافی اہلیت کو قرار دیتے ہیں لیکن ساتھ ہی انہوں نے یہ بھی کہا کہ اس کے علاوہ وہ کچھ غیر ملکی زبانیں اور غیر ملکی کچھ دوسروں کے مقابلے میں جاپان کے لئے زیادہ مسائل پیدا کرتے ہیں۔ برطانیہ میں رابطے کے ضوابط، لسانی اور غیر لسانی دونوں، براعظم یورپ کے ضوابط سے خاصے مختلف ہیں لیکن جاپانیوں کے لئے انہیں سمجھنا اور بھی دشوار ہوتا ہے۔ اس بیان سے یہ واضح ہے کہ جاپان کے لوگ چیخوف (روس) اور روماں رولاں (فرانس) کی تحریروں سے لطف اندوز ہوتے ہیں لیکن چارلس ڈکنس اور جین آسٹن (برطانیہ) کی تصانیف کے مطالعہ میں انہیں دشواری پیش آتی ہے۔ کون کیا پیغام دیتا ہے، اس کا تعین ثقافت کرتی ہے۔ جاپان کی روایات کے مطابق ایک مہذب شخص اپنی خوشی یا غم کا اظہار اپنے چہرے کے تاثرات سے نہیں کرتا۔ جاپانیوں کا انداز یہ ہے کہ انکار مقصود ہو تو خفیف سی مسکراہٹ کے ساتھ؟ نہیں؟ کہتے ہیں۔ مغرب کے لوگوں کو اس سے غلط فہمی ہوتی ہے۔ اگر یہ بات درست ہے تو پھر کسی درخواست کے جواب میں تھائی لوگوں کا انکار تو اور بھی حیران کن ہوگا، جو؟ ہرگز نہیں، کہہ کر زور کا قہقہہ لگاتے ہیں۔ یہ رویہ شاید مشرقی لوگوں کی فطری پریشانی سے پیدا ہوا ہے جو انکار کی ناگواری کا تاثر کم کرنے کے لئے ایسا کرتے ہیں۔ جاپانی اور امریکی؟ ہاں؟ کہتے وقت اقرار میں سر ہلاتے ہیں لیکن یونانی اس کے اظہار کے لئے ایک دوسری طرف ہاتھ ہلاتے ہیں۔ امریکیوں کو جب کوئی تحفہ ملتا ہے تو وہ تحفہ دینے والے کے سامنے اسے کھولتے ہیں، اپنی خوشی کا اظہار مسکراہٹ سے کرتے ہیں اور ساتھ ہی تحفہ کو سراہتے بھی ہیں۔ یہ بات ان کے یہاں خوش اخلاقی کی ہے۔ لیکن جاپانی کبھی یہ تحفہ دینے والے کے سامنے نہیں کھولتے۔ ان کے یہاں ایسا کرنا انتہائی بدتمیزی کی حرکت ہوگی۔ اس طرح رابطے کے متنوع اور بالکل مختلف رویوں اور ضابطوں کی بہت سی مثالیں پیش کی جاسکتی ہیں۔

جاپانیوں کو یہ سکھایا گیا ہے کہ X خاموشی کا ایک سنہری اصول ہے، اور یہ کہ جہاں تک ہو سکے، اپنے احساسات کو دبا دیا جائے۔ لیکن عالمی برادری میں شمولیت کے بعد اب ہم پر لازم آتا ہے کہ اپنے خیالات کو دوسروں تک صاف اور صریح طور پر پہنچائیں اور ہمارے جسمانی اظہار کی زبان بھی دو ٹوک ہو۔ جاپانیوں کے درمیان اظہار کے غیر لسانی ذریعے میں سہولت یہ ہے کہ وہ ایک دوسرے کو پہلے سے سمجھتے آئے ہیں۔ لہذا ایک دوسرے کے جذبات اور ارادوں کو، جس کے زبانی اظہار کی ضرورت نہیں ہوتی، بخوبی اور درست طور پر سمجھ لیتے ہیں۔

جاپانی جب آپس میں باتیں کر رہے ہوں تو منطقی گفتگو نسبتاً غیر اہم ہوتی ہے۔ عام طور پر جاپان کے لوگ قریبی لوگوں کے ساتھ باتیں کرنے میں لطف محسوس کرتے ہیں۔ البتہ اجنبی لوگوں کے ساتھ ایسی چھوٹی چھوٹی باتیں کرنے میں، جس کا مقصد اپنے مخاطب پر اچھا اثر ڈالنا ہو اور رائے دینے میں یا کسی موقف پر دلائل پیش کرنے میں، جاپانی لوگ ذرا کچے واقع ہوئے ہیں^(۱)۔

باہمی بول چال کی زبان میں، جس کا بنیادی مقصد قریبی دوستوں اور شریکوں کے درمیان بحث مباحثہ ہے، صاف اور صریح اظہار سے گریز کیا جاتا ہے اور مبہم اور بالواسطہ زبان کو ترجیح دی جاتی ہے۔ شکر میں لپٹی ہوئی گفتگو تاکہ مخاطب کو ناگوار نہ ہو، پسند کی جاتی ہے۔ اوسا کا کی بولی ایسے الفاظ کے سلسلے میں خاصی ثروت مند ہے، جن سے دو معنی نکل آتے ہوں (بہتر یہی ہوتا ہے کہ آپ کا مخاطب بد مزہ نہ ہو) لیکن اوسا کا کا شہری اپنے وجدان کی بدولت سمجھ لیتا ہے کہ کہنے والے کا اصل مقصد کیا ہے^(۲)۔

(۱) جاپان کے ہفت روزے اور ماہنامے حالات حاضرہ پر چار پانچ افراد کے درمیان مذاکرے کا اہتمام کرتے ہیں۔ امید تو یہ کی جاتی ہے کہ ان مطبوعات کے ناشر مختلف خیال لوگوں کو گرم باغ کی خاطر اکٹھا کریں گے، لیکن عام طور پر وہ ایک ہی خیال کے لوگوں کو سامنے بٹھا دیتے ہیں اور ان سے امید کی جاتی ہے کہ موضوع زیر بحث پر ایک متفقہ رائے قائم کریں گے۔ رسالے کے قارئین سے بھی توقع کی جاتی ہے کہ وہ بحث میں ہم آہنگی کو پسند کریں گے اور شرکاء ایک ایسا نتیجہ مرتب کریں گے جو سب کے لیے قابل قبول ہو۔ بجائے اس کے گرم باغ بحث ہو، شدید اختلافات ظاہر ہوں اور ساری بحث اختلافات پر ختم ہو جائے۔

(۲) (۱) مثال کے طور پر ایک جاپانی لفظ ”ناکاناکا“ (Nakanaka) ہے جس کے معنی ہیں ”بہت خراب“ اور ”بہت اچھا“، ایک اور لفظ ”اوکینی“ (Okini) ہے جس کے دونوں معنی ہیں: ”آپ کا شکریہ“ اور ”آپ کا شکریہ نہیں“

مغربی زبانوں میں اظہار کے ایسے طریقے وضع کر لئے گئے ہیں جو اختلاف اور محاذ آرائی کے موقعوں کے لئے موزوں ہیں۔ مغرب کے لوگ یہ سمجھتے ہیں کہ دلائل اور پر جوش تبادلہ خیالات کی بنا پر کاروبار یا دیگر معاملوں میں بات چیت آگے بڑھ رہی ہے لیکن جاپانی زبان کی تشکیل تو مفاہمت اور سمجھوتے کے لئے ہوئی ہے۔ جاپانیوں کو یقین ہوتا ہے کہ لوگ ایک دوسرے کے خیالات کو قبول کر کے اور انہیں کسی قابل عمل سمجھوتے میں منتقل کر کے ہی اپنے مقاصد حاصل کر سکتے ہیں۔

جاپانی ابہام کو اکثر اپنے لئے نفع بخش اور صراحت کو راستے کی رکاوٹ سمجھتے ہیں۔ جاپان کے پاس ایک لاکھ پچاس ہزار کی فوج ہے۔ اس کی بحریہ میں 14 آبدوز ہیں اور فضائیہ میں 270 جنگی جہاز۔ اس کے باوجود جاپان کا سرکاری موقف یہ ہے کہ اس کے پاس ایک دفاعی طاقت تو ہے لیکن کوئی ”بری، بحری اور فضائی فوج نہیں ہے“۔ ان الفاظ کا استعمال اس لئے ضروری ہے کہ جنگ کے خاتمے پر متحدہ فوجی قبضے کے دوران میں جو آئین نافذ کیا گیا تھا، اس میں جاپان کے لئے ”بری، بحری اور فضائی فوج اور دیگر فوجی طاقت کے وسائل رکھنا“ ممنوع قرار دیا گیا تھا اور اس آئین کو عوام کی زبردست حمایت حاصل ہے لیکن ”خود حفاظتی افواج“ کی مبہم اصطلاح کا استعمال ایک طرح کا لسانی سمجھوتہ تھا، تاکہ دوبارہ اسلحہ بندی کے حامی اور مخالف دونوں مطمئن رہیں۔ صلح جو، لوگ جو فوجی ادارے کے وجود سے خوفزدہ رہتے ہیں، جاپان کی ”دفاعی فوج کو اپنے اس دعوے کی تائید میں بطور ثبوت پیش کرتے ہیں کہ ان کے آئین میں صلح پسندی کی روح بعینہ موجود ہے اور وہ جو شیلے جو جاپان کے لئے فوج کے وجود کو ضروری سمجھتے ہیں، وہ بھی مطمئن ہیں حقیقتاً ایک فوج تو ان کے پاس ہے۔ دونوں کو یقین ہے انہی کا موقف آئین کے مطابق اور اس کا ترجمان ہے اور ہر فریق جزوی طور پر مطمئن ہے۔

خطرناک، ناقابل اعتبار لوگ

سمجھوتے کا یہی طریقہ جاپان میں کاروبار کے لئے کلیدی حیثیت رکھتا ہے۔ وہ غیر ملکی، جس کا جاپانی طریقوں کے متعلق شک میں مبتلا رہنا سمجھ میں آتا ہے، اکثر ہمیں ”خطرناک، ناقابل اعتبار لوگ“ سمجھتے ہیں، کیونکہ ہم لوگ عام حالات میں اپنی بے

اطمینانی یا ذاتی خیالات کا اظہار نہیں کرتے۔ یا اس کیفیت کو اپنے چہرے سے بھی ظاہر نہیں ہونے دیتے۔ بعض اوقات کسی کارخانے کے غیر ملکی منجروں نے اپنے جاپانی ملازموں کو نہایت آسودہ اور مطمئن سمجھا، حالانکہ اس کے برعکس عملے کے لوگ نہایت اذیت ناک حالات میں اپنے کرب کو دلوں میں چھپائے کام کر رہے تھے۔ ایک دن جب ان کے صبر کا پیمانہ لبریز ہو گیا تو وہ اچانک غصے سے پھٹ پڑے اور غیر ملکی انتظامیہ کے حکام اس رد عمل پر حیران و ششدر رہ گئے۔

میرے اس نکتے کی وضاحت ایک حیران کن واقعے سے ہوگی جو فروری 1982ء میں پیش آیا۔ جاپان ائر لائنز کے ایک طیارے نے جو اندرون ملک پرواز کر رہا تھا۔ ہائیڈاکے ہوائی اڈے پر اترتے ہوئے، اپنے انجن ریورس کر دیئے۔ کپتان کی اس حرکت کے نتیجے میں جہاز رن وے پر اترنے سے کچھ پہلے ہی ٹوکیو کی خلیج میں پھٹ پڑا۔ اس حادثے میں 24 مسافر ہلاک اور 149 زخمی ہو گئے بعد میں تفتیش سے معلوم ہوا کہ پائلٹ پر دیوانگی کا دورہ پڑتا رہتا تھا اور اس حادثے کی وجہ بھی پائلٹ کی ذہنی حالت تھی۔

امریکی فضائی کمپنی کے ایک عہدیدار کا بیان ہے کہ ایک امریکی پائلٹ کے چہرے کے تاثرات سے آپ بالعموم یہ معلوم کر سکتے ہیں کہ صبح ہی صبح بیوی سے کسی معاملے پر اس کی تکرار ہوگئی ہے چنانچہ پائلٹ اگر ذہنی طور پر پریشان ہو تو اسے پرواز پر جانے سے روک دیتے ہیں، لیکن جاپانی کپتان کی ذہنی حالت کا اندازہ اس کے ساتھ کام کرنے والے کسی اور کارکن کو نہ ہو سکا۔ اگر طیارے میں پرواز کے دوران کو پائلٹ یہ محسوس کرے کہ اس کا کپتان اچانک کچھ عجیب سی حرکتیں کرنے لگا ہے تو اسے چاہئے کہ طیارے اور مسافروں کی زندگیاں بچانے کے لئے کپتان کو ان حرکتوں سے روک دے۔ لیکن اس طرح کے حالات میں جاپان میں افسر اور ماتحت کے رشتے کی پابندی لازمی ہوتی ہے۔ اگر ایک بڑے منصب کا آدمی کچھ عجیب سی حرکتیں کر رہا ہو، تو بھی ایک وفادار ماتحت اس بارے میں کچھ کہنے یا کرنے کا حوصلہ نہیں کرتا۔ جاپان ائر لائنز کے کپتان کا عہدہ ایسا تھا کہ اس کا کو پائلٹ طیارے کو حادثے سے بچانے کی کارروائی نہ کر سکا حتیٰ کہ بہت دیر ہو چکی تھی۔ کنٹرول پردو پائلٹ تھے اور وہ دونوں حادثے کو روکنا ہونے سے روک نہ سکے، کیونکہ عملی کارروائی ان میں سے ایک ہی کر سکتا تھا۔

دو نشستوں والے جٹ لائسنز کا ک پٹ امریکی پائلٹوں کے لئے بنائے گئے تھے۔ تاہم جاپان میں جہاز کے عملے کے ساتھ دو پائلٹ ہوں تو دو (۲) الگ کا ک پٹ بھی ہونے چاہئیں تاکہ وہ اپنی اپنی جگہ آزادی سے کام کر سکیں۔ انجینئرنگ کے نظام میں ثقافتی مصلحتوں کو بھی پیش نظر رکھنا چاہئے۔ بعض مشینیں جو جاپان میں استعمال کے لئے بنائی گئی تھیں، جب افریقہ بھیجی گئیں تو وہاں نہایت خطرناک ثابت ہوئیں۔ جاپان میں یہاں کے انجینئروں اور کارکنوں نے جن حالات میں کسی حادثے سے دوچار ہوئے بغیر اطمینان سے کام کیا تھا، انہی حالات میں افریقی کارکنوں نے خود کو زخمی کر لیا۔

امریکہ میں مشینوں اور کام کے پورے نظام کے ساتھ ایک مفصل مینول یا کام کے سلسلے میں تفصیلی ہدایات کا پروانہ شامل ہوتا ہے، اور کارکن اس میں درج ہدایات کی پوری پوری پابندی کرتے ہیں۔ ماضی میں جاپان میں ایسے مفصل مینول شاید ہی کبھی تیار ہوئے ہوں گے، لیکن ملازم اس کے بغیر بھی مشینوں کو کامیابی سے چلا لیتے تھے۔ امریکی ہدایات کی کتابوں اور مشین چلانے کی مینول کو ترجیح دیتے ہیں، تاکہ ہر پرزے کی کارکردگی اور ہر معاملے کی جزئیات سمجھ میں آجائیں۔ جاپانی یہی کام انک انک کر کریں گے، غلط کریں گے اور پھر اسے صحیح طریقے سے چلانے کا ڈھب نکال لیں گے۔

کارکن، ضابطوں سے کس طرح بنتے ہیں، اسے دیکھنے سے فرق سمجھ میں آ جاتا ہے۔ بہت سے امریکی کارکن قوانین اور ہدایات کی حرف بہ حرف پابندی کرتے ہیں، ایسی کہ معمولی عقل کا آدمی بھی ایسا نہیں کرے گا، اس کے دوسری طرف جاپان کے کارکن ضابطوں کی روح کو سمجھ کر عمل کریں گے، الفاظ کو اہمیت نہیں دیں گے۔ انتظامیہ کے نقطہ نظر سے انہیں مفصل ہدایت نامہ دینے کی ضرورت نہیں ہوگی، ایک عام اصول بتا دینا کافی ہوگا۔ کام کے متعلق ایک عمومی سی ہدایت اس لئے کافی ہوگی کہ جاپان کا معاشرہ ایسا ہے، جہاں لوگ ذہنی طور پر ایک دوسرے میں بہت قریب ہیں۔ یہاں تفصیلات بیان کرنے کی ضرورت نہیں۔ کارکن بھی خاصے تعلیم یافتہ ہیں۔ خاص طور پر وہ خود مختار رہتے ہوئے کام کرتے ہیں اور اپنے کام کا طریقہ خود وضع کرنے کو ترجیح دیتے ہیں۔ وہ اپنی کتاب خود لکھنا چاہیں گے، وہ ایسے ضوابط کی پابندی کو ناپسند کرتے ہیں، جو ان کے لئے باہر سے لکھ کر بھیجے جائیں۔

معاهدے

صاف اور صریح طور پر لکھے ہوئے معاہدوں کی تہہ میں جو مفروضہ شامل ہوتا ہے۔ اس کی تاویل مغرب کے معاشرے اور طرح کرتے ہیں اور جاپان اس سے مختلف انداز سے دونوں کے درمیان نمایاں فرق ہے۔ مغرب والوں کے موقف کی بنیاد ہے، باہمی بد اعتمادی۔ مثال کے طور پر کسی مغربی ملک کے ہوٹل میں مہمان اپنے کمروں میں تالہ ڈالتے ہیں۔ انہیں یہ اندیشہ لاحق ہوتا ہے کہ وہ خطرے میں ہیں۔ جاپان کی اقامت گاہوں میں کوئی چابی تالہ نہیں ہوتا۔ وہ یقین رکھتے ہیں کہ گرد و پیش دیانت دار لوگ رہتے ہیں، لہذا ان میں سکون اور عافیت کا احساس پایا جاتا ہے۔ یہ انداز فکر جس کے تحت بدترین صورت حال کا قیاس کیا جاتا ہے، مغرب والوں کے معاہدوں کی دستاویزات میں بھی جاری و ساری رہتا ہے، جیسی تو وہ ہر سوئے اتفاق کا اندازہ کرتے ہوئے مفصل شرائط اور دفعات درج کرتے ہیں۔ اس طرح کے معاہدوں کی روح مرضی کا قانون ہے کہ اگر کچھ غلط ہو سکتا ہے تو وہ غلط ہی ہوگا۔

جاپان میں ایک معاہدے کے اندر اس کے مجموعی مقاصد درج ہوتے ہیں اور عام نوعیت کی دفعات شامل کی جاتی ہیں۔ یہاں کی روایتی اقامت گاہ میں آنے والا مہمان، اقامت گاہ کے مالک سے ایک سادہ سا معاہدہ کر لیتا ہے۔ ایک رات کے قیام کے لئے فی کس ایک فیس مقرر ہے۔ مہمان ناشتہ کرتا ہے یا نہیں کرتا چائے اور بسکٹ وغیرہ کا آرڈر دیتا ہے یا نہیں دیتا بل کی رقم وہی ہوگی۔ جاپانیوں کا خیال ہے کہ یہ طریقہ انجام کار دونوں فریقوں کے لئے فائدہ مند ہے۔ جاپانیوں کا روایتی فلسفہ یہ ہے کہ کسی معاہدے کے کاغذ میں ”الف“ سے ”ی“ تک تمام دفعات شامل کرنا ایک نہایت معمولی اور چھچھوری حرکت ہوگی اور اس کے معنی ہوں گے طرفین کے مفادات کے درمیان اختلافات (تاہم حالیہ برسوں میں قانونی معاہدوں کے متعلق مغرب کے رویے جان میں بھی رواج پانے لگے ہیں)۔

امریکہ میں جب کوئی اپارٹمنٹ کرائے پر لیا جاتا ہے تو اس کی قانونی دفعات تین

چار صفحات پر درج ہوتی ہیں۔ اس دستاویز میں طرفین کے لئے شرائط بڑی صراحت کے ساتھ لکھی جاتی ہیں۔ امریکی یہ سوچتے ہیں کہ تمام دفعات پر پہلے سے سمجھوتہ ہو جائے ورنہ بعد میں فساد کھڑا ہو جائے گا، اور اب چونکہ تنازع بہت عام ہیں لہذا امریکہ میں فی کس آمدنی کو دیکھتے ہوئے وکلا کی تعداد کا تناسب جاپان سے کہیں زیادہ ہے۔

جاپان میں ایک عام اپارٹمنٹ کو کرائے پر چڑھانے کی دستاویز نہایت آسان ہے۔ مغرب کے رنگ میں رنگے جانے کے باوجود جاپان کا معاشرہ برادریوں اور گروہوں میں بٹا ہوا ہے۔ کرایے کے کاغذات کو اتنا مفصل نہیں ہونا چاہیے۔ بعد میں اگر کوئی خرابی پیدا بھی ہو تو فریقین باہمی اعتماد کی بنیاد پر عقل سلیم سے کام لے کر مسئلہ کو سلجھا سکتے ہیں۔ ٹھیک ہے کہ بعض اوقات طرفین میں اتفاق نہیں ہوتا، لیکن جب ایسا ہو تو عام طور پر ایک تیسرا غیر جانب دار فریق جو سب کے لئے قابل احترام ہو، اور جسے کرایہ دار اور مالک مکان دونوں پہچانتے ہوں، ان کی درخواست پر فیصلہ کرانے کے لئے آجاتا ہے۔ مغرب میں، وہ فریق جو براہ راست کسی معاملے میں شامل ہوں معاہدے کی شرائط طے کرتے ہیں اور اختلاف کی صورت میں معاملے کو ایک وکیل کے سپرد کر دیا جاتا ہے۔ تنازعے کے تصفیے کے مختلف طریقے ہیں، غالباً اس کی وجہ سے بھی غیر ملکی تجارتی ادارے، جاپان میں کاروبار کرتے ہوئے دشواریوں کی شکایت کرتے ہیں تاہم جاپانیوں کے نقطہ نظر سے غیر ملکی تاجروں اور وکیلوں کی مداخلت بچا، جو ہر بات صریح اور واضح تحریری معاہدوں کی صورت میں دیکھنا چاہتے ہیں اور وہ بھی ایک ایسے معاشرے میں جو زبانی مفاہمت اور باہمی اعتماد کی بدولت خوش اسلوبی سے اپنا کام کرتے ہیں۔ خاصی ناپسندیدہ بات ہوگی۔ انسانی فطرت کے متعلق مفروضوں کا تضاد ایک کھلی رکاوٹ ہے۔

انفرادیت کے دلدادہ مغرب والوں کے لئے تمام معاہدے نجی نوعیت کے ہوتے ہیں۔ اب وہ چاہے کاروباری معاہدہ ہو یا شادی کی دستاویز، دستخط کرنے والے فریق ہی اس کے پابند ہوتے ہیں۔ جاپانیوں کے مزاج میں اجتماعیت شامل ہے، لہذا ان کے معاہدوں میں ایک معتبر قسم کا تیسرا فریق برادری یا سماج کی نمائندگی کے لئے شامل کیا جاتا ہے۔ دولہا دلہن کے درمیان ایک بیچ کا آدمی، جسے ”نکوڈ“ (Nakodo) کہتے ہیں اپنا یہ کردار شادی کے استقبالیہ کے موقع پر ادا کرتا ہے۔ نکوڈ اپنی موجودگی اور بات چیت سے

دولہا کے فرائض کا مہتمم بن جاتا ہے اور شادی کی تقریب کو پروقار بنا دیتا ہے۔ کاروبار کی دنیا میں ایک عام تجارتی فرم (جاپانی زبان میں سوغوشو Sogo Shosha) اکثر اوقات ثالث بن کر دو کمپنیوں کے درمیان سودا طے کراتی ہے، اس میں محدود پیمانے پر مالی امور بھی شامل ہوتے ہیں۔ امریکہ میں عام طریقہ یہ ہے کہ صنعت کار خوردہ فروشوں سے براہ راست معاملہ کرتے ہیں۔ جاپان میں صنعت کار اور خوردہ فروشوں کے درمیان ایک تھوک بیوپاری ضرور شامل ہوتا ہے۔ بہت سے امریکی تاجروں کا خیال ہے کہ جاپان میں ہر کاروباری معاملے میں تھوک فروشوں کی رسمی مداخلت سے امریکی مصنوعات کی فروخت میں بڑی رکاوٹ پیدا ہوتی ہے^(۱)۔

اگر کوئی تھوک فروش اپنا توسیعی کردار ادا کرتا ہے تو اس کا تعلق ایک کاروباری معمول سے ہے۔ امریکہ میں درمیان کے آدمی عام طور پر دکھلا ہوتے ہیں۔ لیکن جاپان میں شاذ ہی ایسا ہوتا ہو۔ کاروباری معمولات کسی ملک کی تاریخی ارتقا کا حصہ ہوتے ہیں اور مروجہ معیار کو دیکھتے ہوئے ان کا اقتصادی طور پر معقول ہونا بھی ضروری نہیں۔ یہ کاروباری معمولات ہر ملک اور ہر علاقے میں، یہاں تک کہ ایک ہی ملک کے اندر مختلف صنعتوں میں مختلف ہوتے ہیں۔ جاپان میں کاروباری معاملات کے اندر ثالث کے طور پر ایک تیسرے فریق کو شامل کیا جاتا ہے، اب چاہے وہ معاملہ ربوں ڈالر کی تعمیراتی ٹھیکے کا ہو یا شادی کا اس لئے کہ ایسے معاملات کو یہاں تمام تر نجی نہیں سمجھا جاتا۔ وسیع تر پیمانے پر یہ معاشرے کے لئے بھی اہم ہوتے ہیں، معاملے کے اس پہلو پر نظر رکھنے کے لئے جب تیسرا فریق موجود ہو تو دکھلا کی ضرورت باقی نہیں رہتی۔

تجارتی مال کے لین دین کے کاروباری طریقے بھی مغربی ممالک اور جاپان کے معاشرتی معمولات کی عکاسی کرتے ہیں۔ یورپ اور امریکہ میں تجارتی مال کی خرید و فروخت افراد کرتے ہیں۔ جاپان میں بالعموم تجارتی مال کی خرید و فروخت، بیچنے اور

(۱) مغرب میں بعض تجارتی عمال اور بڑے کاروباری لوگ ہر معاملے کو کاروبار کے حوالے سے دیکھتے ہیں اور اس کے ثقافتی پہلو کو نظر انداز کر دیتے ہیں۔ اسی بنا پر وہ جاپان کی ہر چیز کو کاروباری رکاوٹ سمجھتے اور اسے رد کر دیتے ہیں مثلاً زبان رواج، رہائش کا انداز، بچوں کی پرورش کے طریقے، چشمے یا پول پر نہانے کے ضوابط۔ ایک کاروباری فریق کے طرز زندگی کے لیے احترام کہاں باقی رہا؟ زبان طرز زندگی غذائی ترجیحات جیسے ثقافتی اختلافات کو اقتصادی پابندیوں مثلاً جنگی، کسٹم وغیرہ کے ساتھ گنڈ نہیں کرنا چاہیے۔

خریدنے والوں کے گروپوں کے درمیان ہوتی ہے۔ ان کے بڑے بڑے منظم یونٹ ہوتے ہیں۔ یہ فرق بھی مغرب کی انفرادیت پسندی اور جاپان کی گروہ بندی کے نتیجے میں پیدا ہوا ہے۔ جاپان کے کاروباری رواج کو سمجھنے میں چونکہ باہر والوں کو دشواری ہوتی ہے، اس لئے وہ شکایت کرتے ہیں کہ جاپان نے باہر والوں کی مصنوعات کے لئے اپنی مارکیٹیں بند کر رکھی ہیں۔ ایک طرح سے یہ مطالبہ کہ جاپان اپنے طریقوں کو آسان بنائے، درپردہ جاپانیوں سے گروپ بندی ترک کرنے اور مغرب کے انفرادی طریقے اختیار کرنے کا مطالبہ ہوتا ہے، لیکن چونکہ ایسا ہونا ممکن نہیں اس لئے تجارت میں اختلاف پیدا ہوتا رہے گا۔ یورپ اور امریکہ میں اس انفرادیت پسندی کی وجہ سے سرمایہ دارانہ صنعتی معاشرے وجود میں آئے۔ جاپان نے گروہی انداز ہوشیاری سے اختیار کرتے ہوئے مثلاً ملازمین کے ساتھ باپ کا سا سرپرستانہ رویہ اور مزدوروں میں ادارے سے وفاداری کا جذبہ مغرب ترقی کے معیار کو جالیا۔ اگر جاپان نے مغرب کی اقدار اختیار کی ہوتیں تو اتنی تیزی سے جدید معیار تک کبھی نہ پہنچتا۔

جاپان کی کارپوریشنوں اور دوسری تنظیموں نے جن مرحلوں سے گزر کر مغرب کی برتری کو چیلنج کیا، اس میں خاص دلچسپی پائی جاتی ہے۔ جاپان میں جدید معیشت کے معماروں نے پہلے تو بڑی کاوش سے اپنے مغرب حریفوں کے طریقہ کار کا مطالعہ کیا، ان کی کمزوریاں معلوم کیں اور جو مضبوط پہلو ہیں، ان کو اختیار کیا۔ صنعتی ترقی کے سفر میں شامل اب دیگر ممالک کا آئندہ گروپ کون سی حکمت عملی اختیار کرتا ہے، یہ دیکھنا ہے؟ (ہرمن کاہن Horman Kahn) نے پیش گوئی کی ہے کہ صنعتی ترقی میں آگے آنے والے آئندہ کنفیوشس کے ثقافتی منطقے یعنی جنوبی کوریا، ہانگ کانگ اور سنگاپور کے ممالک ہوں گے (ملاحظہ کیجئے باب ۴) ان ممالک کی چند مشترکہ اقدار ہیں مثلاً جفاکشی، شائستگی، کفایت شعاری اور تحمل، یہ خصوصیات پروٹسٹنٹ فرقے کی اخلاقیات سے میل کھاتی ہیں۔ جن میں اپنی ذات کی نفی کرنے پر بہت زور دیا گیا ہے۔ جنوبی کوریا کے ماہر اقتصادیات کم الگون (Kim Ilgon) نے اپنی تصنیف (Order and Economy in Confucian Cultural) میں کنفیوشس کے زیر اثر ملکوں کے آئندہ صنعتی امکانات پر بھی بحث کی۔

جاپان کا جدید دور میں تیزی سے داخل ہونا

ایسا کیوں ہوا کہ کنفیوشس کے زیر اثر ملکوں کے درمیان صرف جاپان جدید صنعتی دور میں تیزی سے داخل ہوا ہے؟ میرا جواب یہ ہے کہ جاپان بنیادی طور پر کنفیوشس کے زیر اثر نہیں تھا، اور یہ کہ اسی باعث ہمارے یہاں صنعتی ترقی بہت تیزی ہوئی۔ بدھ مت اور کنفیوشس کا مذہب جاپان میں دونوں پھیلے، لیکن ان کے وہی پہلو جاپانیوں نے قبول کئے جو ان کی روایات سے ہم آہنگ تھے۔ جاپانیوں نے دونوں میں سے ایک کو بھی پوری طرح اختیار نہیں کیا۔ یہ بات مسیحیت، مارکسزم اور دوسرے مغربی افکار پر بھی صادق آتی ہے۔ جاپان ایک منفرد انداز سے مغرب کے معیار تک پہنچا اور اب کہ ایسا کوئی نمونہ نہیں رہا جس کی پیروی کی جائے تو مقاصد اور ان تک رسائی کے طریقے ہم اپنے لئے خود وضع کر رہے ہیں۔ چین، کوریا اور جاپان کے معاشروں میں تین بڑے اختلافات ہیں۔ اول، چین میں مرکزیت بہت ہے، جب کہ جاپان میں زمانہ قدیم سے آج کے زمانے تک طاقت کو لوگوں میں پھیلا دیا گیا ہے۔ عوامی جمہوریہ چین اور شمالی جنوبی کوریا میں اقتدار کسی ایک آمر رہنما کے ہاتھوں میں مرکوز ہوتا ہے جو ایک مرکزی حکومت میں سرپرستانہ اقتدار کے ساتھ حکومت کرتا ہے۔ حکمرانی کا یہ طریقہ زمانہ وسطیٰ سے چلا آ رہا ہے۔ یہ لیڈر، کنفیوشس کے اعلیٰ اصولوں کا مظہر ہوتے ہیں، جو غیر معمولی طور پر بالغ نظر اور نیک خوتھا اور جسے حکمران کا اختیار عالم غیب سے تفویض ہوا تھا۔ جاپان میں سمورائی خاندانوں کی بادشاہت بارہویں صدی میں قائم ہوئی، اس وقت انتظامیہ کو بہت سے مقامی ڈائمو (Daimo) میں تقسیم کر کے ان پر ایک شوگن (Shogun) مقرر کیا گیا۔ ڈائمو وہ قائد تھے جو دراصل خود مختار ریاستوں پر حکمرانی کرتے تھے۔ اقتدار کو پورے جاپان میں تقسیم کر دیا گیا تھا۔ اس طرح منفرد مقامی معیشت اور ثقافت کو ترقی کرنے کا موقع ملا۔ یہ طریق حکومت، چین اور کوریا کے انداز حکمرانی سے مختلف ہے جہاں نسبتاً کم تعداد میں امراء اور حکام، حکمران کے ارد گرد موجود رہے اور کسان آبادی پر اپنا اقتدار جمائے رکھتے تھے۔ جاپان اور کوریا میں پندرہویں صدی تک زرعی معیشت یکساں سطح پر قائم رہی۔ سترہویں صدی سے جاپان میں تجارت اور صنعت نے تیزی سے ترقی کرنی شروع کی اور پیداوار بڑھی، جب کہ کوریا

بدستور ایک زرعی ملک ہی رہا۔ جاپان میں پندرہویں صدی سے ڈایمو کی سربراہی میں ہر ریاست کی معیشت میں وسعت آئی، اور یہ مضبوط جاگیردارانہ اقتدار میں تبدیل ہو گئیں۔ اب ہر ڈایمو نے جاگیردار کی حیثیت سے اپنی اقتصادی بنیادوں کو مستحکم بنانے کی کوشش کی۔ انہوں نے دستکاریوں کی حوصلہ افزائی کی، قصبات میں تاجروں کا تحفظ کیا، محصولات میں کمی کی اور خوراک و دیگر اجناس کی تقسیم کا نظام بہتر بنایا۔ جاپان کے بہت سے تھوک کاروباری اور اشیاء کی تقسیم کے بڑے بڑے ادارے ہیں۔ ان کا سراغ ماضی کے اسی تاریخی تسلسل میں ملتا ہے۔

انیسویں صدی عیسوی کے وسط میں جب مغرب نے ایشیا میں اپنے پاؤں پھیلانے، اس وقت چین اور کوریا کے معاشرے زراعتی اور جامد تھے، تاہم جاپان میں دستی مصنوعات کی صنعت اور تجارت کے بنیادی ادارے بہت ترقی یافتہ تھے۔ 1850ء کی دہائی میں جاپان کا الگ تھلگ رہنا ختم ہوا اور یہاں کسی قدر سہولت کے ساتھ صنعتی ترقی کا عمل جاری ہو گیا۔

کوریا میں ”بی“ خاندان کے دور حکومت میں کوئی تاجر طبقہ ابھر نہیں سکا۔ ایک مرکزی افسر شاہی، جس پر موروثی بادشاہت کا غلبہ تھا اور جس کا سارا انتظام حاکموں کے سپرد تھا اور ان حاکموں کا انتخاب بھی چینی طریقے سے ادبی امتحانی طرز پر ہوتا تھا، وہ تجارت میں توسیع اور سرمایہ کاری کی دشمن تھی۔ زرعی پیداوار اور دیگر اجناس کی تقسیم پر کڑے ضابطے نافذ تھے۔ ایسے میں کسی مستحکم نجی تھوک بیوپاری یا خوردہ فروشوں کے لئے بھی ترقی کرنا ممکن نہیں تھا۔ ٹوکوگاوا (Tokugawa) کے زمانے میں جس طرح ”ایڈو“ (ٹوکو) اور اداسا کا کے متمول تجارتی ایوان تھے کوریا میں ایسے ادارے موجود نہیں تھے۔ جاپان کے یہ طاقت ور تاجر ادارے اگرچہ سمورائی طبقے کے ماتحت اور کسی قدر ان کی گرفت سے آزاد تھے، لیکن اپنے طور پر وہ نہایت مستحکم اور مضبوط تھے۔ جنوبی کوریا کے ایک تاجر کا مرتبہ آج بھی اپنے برابر کے جاپانی تاجر سے کمتر ہے، اور دانشوروں کا وقار جو ”بی“ خاندان کے ادبی ادارے کے وارث ہیں، جاپان کے دانشوروں کی نسبت سے کہیں زیادہ بلند ہے۔

خوردہ تجارت کے تناسب سے تھوک کا کاروبار جاپان میں زیادہ اور جنوبی کوریا میں کم ہے (کاروباری اداروں کی تعداد سے یا ان کی سالانہ فروخت سے اس کا حساب لگایا

گیا ہے) ٹوگوگاوا کے زمانے سے ہی یہاں روایتی تھوک فروشوں کی کثرت رہی ہے، جن کی جڑیں مقامی معیشت میں بہت گہری ہیں۔ جنوبی کوریا میں اس کے مقابلے کا کوئی کاروباری سلسلہ نہیں۔ اس کے علاوہ مجموعی کاروبار کی شرح فیصد کا ایک بہت بڑا حصہ سیول میں ہے۔ شہری علاقے میں اس کا ارتکاز ہے۔ جنوبی کوریا اب تک ایک ایسی ریاست ہے جس میں زبردست مرکزیت پائی جاتی ہے۔ بالکل ویسی ہی مرکزیت جو بی خاندان کے دور حکومت میں تھی۔ حالانکہ جاپان میں یہاں ایک مرکزی حکومت نے میجی دور (1868ء-1912ء) میں ایک قومی پالیسی نافذ کی تھی، لیکن ٹوکیو میں مرکز تجارتی سرگرمیوں کا مقابلہ سیول سے تو پھر بھی نہیں کیا جاسکتا۔

جاپان کے اداروں میں خواہ وہ سرکاری ہوں یا نجی ہوں، طاقت کو انہی میں مدغم کر دیا گیا ہے۔ عام طور پر چین اور کوریا کے مقابلے میں یہاں کے عہدیداروں اور انتظامیہ کو اپنے ماتحتوں یا مقامی حکام پر بہت معمولی اختیار حاصل ہوتا ہے۔ مثال کے طور پر کارکنوں کے چھوٹے چھوٹے گروپ، جس جگہ وہ کام کر رہے ہوں جاپانی کمپنیوں کے کام کے معیار کو برقرار رکھتے ہیں، اس کے لئے ان کو بورڈ روم سے احکام کا انتظار نہیں کرنا پڑتا۔ ایک نمائندہ کارپوریشن میں اس کا ایک بالائی ڈھانچہ ہوتا ہے جس کے مرکز میں با اختیار مینجر متعین ہوتے ہیں، یہی بالائی ڈھانچہ نہایت ہوشیاری کے ساتھ فیکٹریوں اور کام کی چھوٹی چھوٹی جگہوں پر مصنوعات کے معیار کی نگرانی کرتا ہے۔

عملی اخلاقیات

جاپان اور اس کے مقابلے میں چین اور کوریا کے درمیان دوسرا بڑا فرق کاروباری اخلاقیات کا ہے یہ ٹھیک ہے کہ چین کی اخلاقیات کی تشکیل کنفیوشس ازم کے تحت ہوئی جو بی خاندان کے حکمرانوں کا سرکاری نظریہ بھی تھا، کوریا کی اقدار میں بھی کنفیوشس کی تعلیمات کے اثرات شامل تھے حالانکہ ٹوگوگاوا کے دور حکومت میں کنفیوشس کی تعلیمات کو باقاعدہ درس میں شامل کیا گیا تھا لیکن اس نے کوریا اور جاپان میں مختلف کردار ادا کیا۔ کوریا والوں کے مزاج نے کنفیوشس ازم کے منافی زہوزی (Zhu Xi) کے درس کو ترجیح دی۔ علماء کے گروہ نے کنفیوشس کی روایات پر مبنی ”چار کتابوں“ کی تفسیر اور ان کے درس

اخلاق کی پابندی پر بہت زور دیا۔ جاپان میں کنفیوشس ازم سے یانگ منگ (Yang-ming) اسکول نکلا۔ یہ نام اسے مشہور جدید مفکر وانگ یانگ منگ سے ملا، اس اسکول کے خیالات نے غلبہ حاصل کیا۔ وانگ نے عملی اخلاقیات کی پابندی پر زور دیا۔ دراصل یہ رد عمل تھا زہوزی (Zhu Xi) کے نظام اخلاق کے خلاف جس میں غیر عملی اور محض علمی باتوں پر بہت زیادہ زور دیا گیا تھا۔ جاپانیوں کے اس انتخاب سے ان کے مزاج کی عملیت پسندی کا پتہ چلتا ہے۔

کنفیوشس کے درس اخلاق کا ایک بنیادی وصف باپ کے لیے بیٹے کا والہانہ احترام تھا۔ کوریا میں جب ایک باپ مرتا تو کنفیوشس کی سخت تعلیمات کی پابندی کرتے ہوئے اس کے سب سے بڑے بیٹے پر لازم آتا تھا کہ اپنے باپ کی قبر کے پاس بیٹھ کر طویل مدت تک سوگ منائے۔ اس دوران میں وہ سادہ لباس پہنتا، سادہ غذا کھاتا اور غسل نہیں کرتا تھا۔ بیٹے کی محبت کا اظہار اس طرح رسوم کی پابندی سے ہوتا لیکن جاپانیوں نے جن کے مزاج میں افادیت پسندی شامل تھی، کنفیوشس کی اس پرہیزگاری کو دنیاوی کامیابی کے لئے استعمال کیا۔ (جاپانیوں کے مزاج میں بڑی لچک ہوتی ہے) مثال کے طور پر ایک تاجر پر یہ لازم آنے لگا کہ اپنے باپ کی روح کی تشفی کے لئے دولت مند بن کر دکھائے۔ اس کے لئے وہ اپنے اندر یقین اور اعتماد، کفایت شعاری، تحمل اور سخت کوشی کی صفات پیدا کرتا۔ اس نظریے کا سرکردہ مبلغ اشیدا بیگان (Ishida Baigan) (1744ء-1685ء) تھا۔

ٹوکوگاوانے سرکاری طور پر جو منصبی نظام مرتب کیا تھا، اس میں چار طبقے تھے۔ سمورائی، کسان، دستکار اور تاجر۔ اگرچہ تاجر طبقہ ترتیب کے اعتبار سے سب سے نیچے تھا اور اسے سمورائی کے تابع کر دیا گیا تھا۔ لیکن بہت سے تاجر اپنی دولت کی بنا پر عملاً کسی ڈایمو (daimyo) سے زیادہ طاقتور تھے۔ ان کے طرز عمل کے رسمی معیارات تھے، جن میں ان کا سخت احساس تفاخر شامل ہوتا تھا۔ کنفیوشس کی تعلیمات کے مطابق، کوریا میں بی خاندان کے دور حکمرانی میں تاجروں کی سماجی حیثیت ان کے اصل مرتبے کے لحاظ سے بھی بہت پست تھی۔ معمولی کسان، ان تاجروں کو حقارت کی نظروں سے دیکھتے تھے۔ عملی معاملات کو حقارت سے رد کرنے کا نتیجہ یہ نکلا کہ کوریانے جدید کاروباری ذہن کو بھی رد کر دیا حالانکہ یہی ذہن نہایت محنت اور تدبیر سے اقتصادی مفادات کو آگے لے کر چلتا

ہے۔ ثقافتی لحاظ سے یہی وجہ ہے کہ آج بھی جنوبی کوریا کے بہت سے تاجر سٹھکیل کر راتوں رات امیر بن جانا چاہتے ہیں لیکن دیانت اور محنت کے ساتھ معقول منافع کمانے پر مائل نہیں ہوتے۔ جنوبی کوریا کی معیشت جب پختہ انداز سے استوار ہوگی تو امید کی جاتی ہے کہ یہ ذہنیت کسی حد تک بدل جائے گی۔

جاپان میں صنعتی ترقی بہت تیزی سے ہوئی اور یہ جدید دور میں داخل ہو گیا کیونکہ یہاں کا معاشرہ عمل پسند ہے۔ یہاں کالج کے ان گریجویٹس کی بہت عزت کی جاتی ہے، جو قانون، اقتصادیات اور انجینئرنگ جیسے مضامین سے تعلق رکھتے ہیں۔ چین اور جاپان دونوں جمالیات کے دلدادہ ملک تھے، جن کے معاشروں میں شان و شوکت لیکن بے عملی کا رجحان غالب تھا۔ ان ملکوں میں بہت سے اہم مناصب پر وہ لوگ فائز تھے، جن کی تربیت اور تعلیم ادب میں ہوئی تھی۔ چین کے روایتی امتحانی نظام میں افسری تک رسائی کا راستہ یہ تھا کہ امیدوار اعلیٰ درجے کی نثر اور شعر لکھنے پر قادر ہو، قانون دانی کی ضرورت نہیں تھی۔ اس نظام سے دانشوروں کا ایک برگزیدہ طبقہ پیدا کیا، جنہوں نے چین اور کوریا پر حکومت کی۔ حالانکہ کنفیوشس نے فلسفے کی تعلیم سخت ریاض سے حاصل کی تھی۔ چین کے کلاسیکی ادب کو سمجھتا تھا اور نہایت بلند پایہ مصنف تھا۔ لیکن اسے حالات و واقعات کے تجزیاتی مطالعہ کا علم نہیں تھا، یہ علم تو قانون کے مطالعہ سے آتا ہے، جو معاشرے کی تنظیم کے لئے ضروری ہے، جس میں سرکاری ادارے اور کمپنیاں سبھی آ جاتی ہیں اور اس کے ساتھ ہی جدید ٹکنالوجی کی تفہیم بھی لازمی ہے۔ جاپان کا حکمران طبقہ ”سمورائی“ تھا، جس کا تعلق جنگ و جدل اور انتظامی امور سے تھا۔ سولہویں صدی میں جب جاپانیوں کا پہلی بار رابطہ مغرب سے ہوا، اس وقت سے سمورائی کو مغربی سائنس اور خاص طور پر ٹکنالوجی سے گہری دلچسپی پیدا ہو گئی۔

ای (Ie) کمپنی

ایک اور بڑا فرق جو جاپان کو چین اور کوریا سے الگ کرتا ہے۔ ”ای“ طرز کی کمپنیوں کا قیام ہے۔ جنوبی کوریا کے سفر میں مجھے یہ دیکھ کر حیرت ہوئی کہ یہاں پرانے جے جمائے کاروبار کا سرے سے کوئی وجود نہیں۔ حقیقت یہ ہے کہ یہاں دستکاریوں کی ایسی دکانیں یا ریستوراں نہیں ہیں، جنہیں یہ فخر ہو کہ ان کی بنیاد انیسویں صدی میں یا اس سے

پہلے پڑی تھی۔ جاپان اور مغربی ممالک میں بھی ایسے لاتعداد اسٹور اور ریسٹوراں ہیں جو ایک ہی نام پر کئی صدیوں سے کام کرتے چلے آ رہے ہیں۔ جنوبی کوریا میں ایسے اداروں کی نایابی ان کے جدید دور سے پہلے کے تجارتی رویے کی عکاسی کرتی ہے۔ جاپان، چین اور کوریا، ان تینوں ملکوں میں خون کے رشتوں پر مبنی خاندانی وحدت کو بڑی اہمیت حاصل رہی ہے لیکن اس سے آگے رشتہ داروں سے وابستہ تنظیموں کا وجود ان ملکوں کے درمیان خاصا مختلف رہا ہے۔ کوریا میں کنفیوشس کے فلسفے کی سخت پیروی کے تحت منجنگ (Manjung) نظام رائج تھا۔ جس میں باپ کی وراثت کا ایک سے دوسری نسل کی طرف منتقل ہونا لازمی تھا۔ جاپان میں خاندان کے نام اور نشان کا ایک ایسے بالغ مرد کو منتقل ہونا جس کے ساتھ خون کا رشتہ بھی نہ ہو، ایک ایسا دستور ہے جسے آٹھویں صدی سے ہی رواج مل چکا تھا۔ اس برائے نام نسلی وراثت کی وجہ سے ’ای‘ (Ie) کا نام کاروبار کی نشانی بن چکا تھا۔ اس طرح کاروبار کے قرینے اور تجربے ایک سے دوسرے کو منتقل ہوتے گئے اور ادارے کئی کئی نسلوں تک برقرار رہے۔ جاپان کے اس طریقہ کار کی وجہ سے شہرت اور واقفیت کا سلسلہ آگے چلتا رہا اور ایسا نہیں ہوا کہ باپ سے بیٹے کو اور بیٹے سے پوتے کو ملتا جائے۔ جاپان کے باشندے اپنے شجرے کی پاسداری کے مقابلے میں خاندان کے کاروبار کو زیادہ اہمیت دیتے تھے۔ اور یہ ہے ایک اضافی ثبوت اس بات کا کہ جاپانی پیدائشی طور پر تاجر واقع ہوئے ہیں۔

جاپان اور کوریا کی دکانوں کے نشان جو بیسویں صدی کے اوائل سے دیکھے جا رہے ہیں، تجارتی ورثے کی مثالیں ہیں، جن سے یہاں کے لوگوں کے انداز فکر کا پتہ چلتا ہے۔ جاپان کے سائن بورڈ پر اسٹور کا نام (موروثی تجارتی نام) ہمیشہ جلی حروف میں لکھا ہوتا ہے اور مالک کا نام مخفی حروف میں۔ کوریا کے سائن بورڈ پر مالک کا نام جلی لکھا ہوتا ہے اور اسٹور کا اپنا کوئی نام نہیں ہوتا۔

میرا خیال ہے کہ یہ تمام اختلافات یہ ظاہر کرنے کے لئے کافی ہیں کہ کنفیوشس کے زیر اثر ممالک میں صرف جاپان ہی ایسا کیوں تھا جس نے اتنی تیز رفتاری کے ساتھ سرمایہ دارانہ معیشت قائم کر لی۔

ہم مذاق ثقافتیں

آخر میں، میں ثقافتوں کے درمیان ذوق کی ہم آہنگی پر تبصرہ کروں گا۔ جس طرح دو افراد ایک دوسرے سے گھل مل جاتے ہیں اور بہت سے معاملات میں ایک ہی طرح سوچتے ہیں، اسی طرح بعض ثقافتوں میں بھی ہم آہنگی ہوتی ہے۔ ہم اس طرح کی ثقافتی یگانگت برطانیہ اور ہندوستان کے لوگوں میں، فرانس اور ایران کے باشندوں میں اور جرمنی اور ترکی کی آبادیوں میں دیکھتے ہیں۔ اس کے اسباب ہر ایک کے معاملے میں مختلف ہیں۔ انگریزوں اور ہندوستانیوں کے درمیان عظمت اور رفعت کا ایک مشترکہ احساس پایا جاتا ہے۔ انگریزوں میں اپنی سلطنت کا احساس تفاخر تھا اور ہندوستانیوں میں تہذیبی قدامت کا۔ میں کلکتہ کا وکٹوریہ میموریل دیکھ کر دنگ رہ گیا۔ یقین نہیں آتا تھا کہ ہندوستانیوں کے دلوں میں اپنے سابق حکمرانوں کے لئے اس قدر احترام کا جذبہ اب تک موجود ہوگا، جنہوں نے اتنی بے دردی سے اور اتنے طویل عرصے تک ان کا استحصال کیا اور ان پر مظالم توڑے۔ فرانس اور ایران کے باشندوں میں تعلق کا سبب دونوں کا اپنی اپنی ثقافت پر بے پایاں غرور ہے۔ یا غالباً دونوں کی انفرادیت پسندی ہو۔ جرمن اور ترک پہلی عالمی جنگ میں ایک دوسرے کے اتحادی تھے اور دونوں میں قربت کی وجہ غالباً ان دونوں کی ثقافت کا مردانہ پن ہے۔

جاپان اور کوریا، اور چین اور روس کے قومی مزاج ایک دوسرے سے میل کیوں نہیں کھاتے اس کی مثالیں بھی ہیں۔ بہت سے ہمسایہ ملکوں کی آپس میں نہیں بنتی۔ اس کی مثالیں جرمنی اور فرانس اور امریکہ اور میکسیکو ہیں۔ ایک ہمسائے کی کامیابی اور خوشحالی، اس عناد کی جزوی طور پر ایک وجہ ہو سکتی ہے، اس کے باوجود دو ملکوں کو جن کی مشترکہ سرحدیں ہوں، ایک کشادہ اور متوازن تعلق اپنے درمیان قائم کرنے کی کوشش ضرور کرنا چاہئے۔ اس تعلق کو بیجا غرور اور عناد سے مسموم نہیں ہونا چاہئے۔

ثقافتوں میں باہمی تبادلہ ایک دوسرے کے لئے سہارا بنتا ہے اور یہ بات اتنی ہی قدیم ہے جتنی خود انسانیت ہے۔ باہمت دینی بزرگوں نے یا دور دور سفر کرنے والے تاجروں نے اپنے خیالات اور مصنوعات دنیا کے مختلف گوشوں تک پہنچائے ہیں جن کے

نتیجے میں معاشرے تباہ ہو گئے اور ان کی جگہ نئی تہذیبوں نے جنم لیا۔ نظم و نسق کی نصابی کتابوں میں بین الاقوامی کاروبار کے ثقافتی پہلوؤں پر بحث کی گئی ہے۔ ایک کارپوریشن کسی غیر ملک میں اپنا کاروبار جماتی ہے، یہاں اسے عملی مشکلات درپیش ہوتی ہیں، اب وہ کارپوریشن کیا کرے؟ کیا وہ مقامی ثقافت اور اس کے مطالبوں کی پابندی کرے یا ان سے الگ ہو کر اپنے طریقے سے کام کرے؟ پہلے رویے کی بنیاد اس اصول پر ہے کہ ”جب تم روم میں ہو، تو رومیوں کی طرح رہو“۔ لیکن دوسرا طریقہ بھی جائز ہے۔ کارتھین (Carthaginian) کو یقین تھا کہ مقامی رسوم و رواج کی وہ چاہے جتنی بھی پابندی کریں، وہ رومیوں کا مقابلہ نہیں کر سکتے۔ لہذا انہوں نے نہایت دانش مندی کے ساتھ اپنی تہذیب کے بہترین اصولوں کو فروغ دیا۔ یہ وہ اختراعی رویہ ہے، جس کی حمایت پروفیسر جاب فریدر اور بین الاقوامی انتظامیہ کے دیگر کئی امریکی ماہروں نے کی ہے۔ تاجر ہمیشہ در پردہ طور پر ثقافتوں کی تباہی اور نئی ثقافتوں کی نمود کا ذریعہ رہے ہیں۔

دوسرے معاشروں کے ساتھ تعلق پیدا کرنے میں صرف اس لئے جھجکنا کہ اس میں بدگمانی اور تنازعہ پیدا ہونے کا ڈر ہے، ایک ایسی بات ہے جس کا نتیجہ ثقافتی یگانگت کے عمل میں تاخیر کے سوا کچھ نہیں ہوگا۔ بظاہر یہ نظر آتا ہے کہ میں اس خیال کی تائید کر رہا ہوں کہ تجارتی سرگرمیاں ایک طرح ثقافتی جبر کے تابع ہیں۔ میں اس نکتے پر محض اس لئے زور دے رہا ہوں کہ افراد ہوں یا ادارے، سبھی کو معروضی انداز سے ان عناصر کو ضرور سمجھنا چاہئے جو ان کے اندر ودیعت ہوئے ہیں۔ ایک نئی تقدیر پیدا کرنے کی جانب پہلا قدم تو یہ ہے کہ اپنے آپ کو بالکل ٹھیک ٹھیک سمجھا جائے۔ جب ایک کارپوریشن اپنے ”کرما“، یعنی ثقافتی ورثے کو بخوبی تسلیم کر لیتی ہے تو اس کی انتظامیہ ماضی کے فاصلے طے کرتے ہوئے اسے ایک ذمہ دارانہ اور نفع بخش بین الاقوامی میدان میں حسب مراد آگے لے جاسکتی ہے۔

حرف آخر

جے کے سی بزنس مین سروے (جاپان، کوریا اور چین کا کاروباری جائزہ) ۸۱-۱۹۷۹ء میں کیا گیا تھا۔ اس کے لئے جو نمونے منتخب کئے گئے تھے اور تینوں زبانوں میں جو سوال نامے مرتب ہوئے تھے، یعنی جاپان، کوریا اور چین کی زبانوں میں، میں نے انہیں پہلے سے دیکھ لیا تھا۔ اس ضمن میں جو اعداد و شمار اکٹھے کئے گئے ہیں، ان کا صرف ایک چھوٹا سا حصہ اس کتاب میں شامل کیا گیا ہے۔ اس توقع پر کہ آئندہ شاید کچھ دوسرے اسکالر ہماری معلومات سے اکتساب کرنا چاہیں۔ میں اپنا طریق کار بیان کئے دیتا ہوں۔

اس جائزے میں ہمارے سوالوں کے جواب دینے والے جاپان، جنوبی کوریا اور تائیوان کی کمپنیوں کے ملازم تھے، جنہیں صنعتی اقسام میں بانٹا گیا تھا۔ ملکی صنعت (جوشیاے صرف تیار کرتی ہیں) بھارتی صنعت (مشین سازی) مالیات اور انشورنس، ٹریڈنگ کمپنیاں، تھوک فروش اور بڑے خوردہ فروش (آخری دو صنعتوں کو جنوبی کوریا کے سروے میں شامل نہیں کیا گیا تھا) ہر قسم میں ہم نے پانچ بڑی کمپنیوں کا انتخاب کیا اور ہر کمپنی میں سے تیس سفید پوش ملازموں کی آرا معلوم کیں۔ جواب دہندوں کا انتخاب کسی طے شدہ طریقے کے بغیر غیر رسمی طور پر کیا گیا تھا۔ تاہم، ہم نے یہ کوشش کی کہ دس ایسے ملازموں کو لیں جو بیس سال اور اس کے بعد کی عمروں کے ہوں، دس وہ جن کی عمر تیس سال اور اس سے بعد کی ہوں اور باقی دس وہ جو چالیس کے پیٹے میں ہوں۔ یوں ہر ملک سے نو نو سو جواب دہندوں کی آرا معلوم کی گئی تھیں۔ سوالنامہ میں تقریباً ۱۵۰ سوالات شامل تھے، جن کا تعلق چار شعبوں سے تھا۔ (۱) مارکیٹنگ، کاروباری لین دین اور ٹھیکے، معاہدے۔ (۲) کمپنی کی تنظیم اور فیصلے کا تعین۔ (۳) بین الاقوامی انتظامیہ اور (۴) جواب ”ہاں“ یا ”نہیں“ میں دیا جاسکتا تھا۔

اس بین الملی جائزے کے طریق کار میں دو بڑی مشکلات پیش آئیں۔ ایک دشواری اصطلاحات کا ایک معیار مقرر کرنے کی تھی۔ مثال کے طور پر جاپان کی ایک اصطلاح شیٹیکی (Shiteki) ہے۔ انگریزی میں اس کی مساوی اصطلاح پرائیویٹ (Private) ہے۔ وہ اسے مثبت معنوں میں استعمال کرتے ہیں جب کہ شیٹیکی کا استعمال منفی انداز سے ہوتا ہے۔ دوسرا اور غالباً دشوار تر سوال یہ تھا کہ کیا کسی ایک سوال پر تمام جواب دینے والوں کا ایک ہی سار عمل ہوتا ہے؟ مثلاً اس طرح کا سوال کہ آپ کے کام اور سرگرمیوں و مصروفیتوں سے جو شرائط وابستہ ہیں، کیا آپ کے خیال میں، وہ آپ کے پیشے سے غیر تعلق ہیں؟ صنعتی ملکوں میں جواب دہندوں نے بڑی صفائی سے جواب دیئے، لیکن ترقی پذیر ملکوں کے ملازموں سے عام طور پر ”مثالی سماجی صورت حال“ کا ہی ذکر سننے میں آیا۔ یعنی وہی جواب دو، جس کی توقع معاشرہ تم سے کرتا ہے۔

ریسرچ ٹیم میں (میرے علاوہ) ڈوشیشا یونیورسٹی، سیول نیشنل یونیورسٹی اور نیشنل چنگ سنگ یونیورسٹی کے پروفیسر صاحبان شامل تھے۔ اس جائزے کے مکمل نتائج تو شائع نہیں ہوئے لیکن تمام کوائف اعداد و شمار ٹوکیو کی یوشیدا ہائیڈرو فائونڈیشن میں محفوظ ہیں۔